

## الإنسان وبيئة الوسيط الرقمي: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على طرق تفكير وتعبير الإنسان

فايز بن صالح الأسمرى

قسم العلاقات العامة، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبدالعزيز، السليمانية، جدة،  
المملكة العربية السعودية  
falasmari@kau.edu.sa

### ملخص البحث

تسعى هذه الورقة إلى النظر من خلال المنظور التفسيري الفلسفي إلى قضية تأثير وسائط الإعلام الرقمي على حياة الإنسان، وطرق تفكيره، وتعبيره. وقد هدفت هذه الورقة إلى الولوج لهذه القضية تفسيرياً وربطها بالتحويلات التاريخية في مجال بيئة وسائط الاتصال لتبني نظرة استشرافية عوضاً عن التحليل البياني للمعلومات المتاحة؛ إذ إن القضية - كما تراها هذه الورقة - ينقصها البعد الفلسفي المُناقش لمحااور السمات الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي الرقمي وربط التغيير الذي أحدثته هذه الوسائط الرقمية على الإنسان بالتغيير الذي أحدثه الإنسان على المفاهيم المختلفة كالثقافة، والفكر، والمجتمع. وقد خلصت هذه الورقة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي هي ثورة مختلفة في مجال وسائط الاتصال. فقد غيرت موازين العملية الاتصالية مما أدخل الهامش مواقع النخب وأرجع النخب إلى موقع هو قريب من مواقع الهامش. فأصبح الهامش هو من يبني العلاقات الاجتماعية ويقوم بعملية التحول من العلاقات التقليدية للعلاقات الرقمية. وبهذا تتغير المفاهيم وتتشكل بتصورات مختلفة. وبقراءة متأنية لخصائص ثلاثة مواقع للتواصل الاجتماعي (Twitter، Facebook، وWhatsApp)، برز ثلاث صفات وخصائص مشتركة شكلت، وأثرت، وأثارت مستخدميها: الانفتاح، والديمومة والاستمرارية، وتغير المفاهيم.

الكلمات المفتاحية: بيئة وسائط الاتصال، الإعلام الرقمي، مواقع التواصل الاجتماعي.

---

## A Human Being and the Ecology of Digital Media: The Implication of Social Media on the Thought and Expression of a Human Being

**Fayez Bin Saleh Alasmari**

Department of Public Relations, College of Communication and Media, King Abdulaziz University, Sulaymaniyah, Jeddah, Saudi Arabia  
falasmari@kau.edu.sa

### Abstract

This paper seeks, using the interpretive philosophical approach, to look into the issue of the impact of digital media on human life and ways of thinking and expression. This paper aims to analyze this issue interpretatively and link it to historical transformations in the field of media ecology in order to adopt a forward-looking view instead of a numerical analysis of the available information. The issue, as this paper sees it, lacks the philosophical dimension to discuss the characteristics of social media and link changes that these social media have brought on humans with changes that humans have brought on various concepts such as culture, thought, and society. This paper concluded that social media are a different revolution in communication media. It changed the procedures of the communication process, bringing the margin groups into the position of the elites and returning the elites to a position that is close to the position of the margin groups. The margins have become the agent that determines the ways of building new social relationships and carries out the process of transforming from traditional relationships to digital relationships. Thus, concepts change and are shaped by a different perception (the margin group). By carefully reading the characteristics of three social media (Twitter, Facebook, and WhatsApp), three common

characteristics and features emerged that shaped and influenced their users: openness, permanence and continuity, and changing concepts.

**Keywords:** Media Ecology, Digital Media, Social Media.

### مقدمة

وسائط الاتصال واحدة من أهم المكونات الأساسية لحياة الإنسان، فالإنسان لا يستطيع التواصل مع البيئة من حوله دون استعمال قنوات الاتصال، وهي متنوعة ومختلفة. فأول وسيط اتصالي استعمله الإنسان هو الوسيط الشفهي (اللغة المحكية). وأتت الكتابة بمفهوم جديد وخصائص جديدة لتكون وسيطاً اتصالياً مذهلاً ورئيساً. فعلى عكس الوسيط الشفهي، تتطلب الكتابة أدوات خارجية (أي خارج الجسد البشري) كالورق، والأقلام، والحبر. وبعد تمكن الكتابة أتت الطباعة ولم تحمل تغيراً كبيراً عن مفهوم الكتابة رغم أنها أحدثت تغيراً مذهلاً ليس فقط في عالم الثقافة والفكر، بل وفي التكوين الاجتماعي وخصائص الفرد. ثم توالى الوسائط الاتصالية بشكل لم تشهده البشرية من قبل، فبعد ظهور الطباعة بوقت يسير<sup>1</sup> ظهرت الوسائط الإلكترونية الجماهيرية (كالتلفزيون والراديو)، ثم أعقبها أخيراً ظهور الوسائط الرقمية التفاعلية. وعلى كل حال فظهور الوسائط الرقمية التفاعلية لم يدمج خصائص كل التقنيات السابقة فحسب، بل جلب أيضاً مكونات ومفاهيم جديدة سواء لمفهوم وسائط الاتصال (كمواقع التواصل الاجتماعي) أو المجتمعات (كالمجتمعات الإلكترونية) أو الثقافات (كالعولمة).

مواقع التواصل الاجتماعي هي وسائط اتصالية جديدة، غيرت كثيراً في مفهوم الاتصال بين البشري. فمن خلال مواقع التواصل الاجتماعي يستطيع الفرد أن يتواصل شفهيًا، وكتابيًا، وبصريًا. وعلى هذا فقد اكتسبت مميزات الوسيط الشفهي، والوسيط الكتابي، والوسيط الطباعي، والوسيط الإلكتروني الجماهيري. بل أكثر من هذا، فقد غيرت في هذه المميزات وأضافت للشفاهية والكتابية والطباعة والإلكترونية الجماهيرية ما لم تستطع هذه الوسائط أن تكتسب. فعلى سبيل المثال، وسائط التواصل الاجتماعي مكنت المستقبل أن يستقبل الرسالة في ذات لحظة إرسالها (كما في الوسيط الشفهي)، كما مكنته أن يستقبل ذات الرسالة في وقت متأخر عن وقت إرسالها (كما في الوسيط الكتابي). هذا التغيير الكبير في مفهوم الاتصال يثي بسؤال هام وهو مدار

<sup>1</sup> يُعد وقتاً يسيراً رغم أنها عشرات السنوات مقارنة بالوقت المستغرق بين الشفاهية واختراع الكتابة وكذلك اختراع الكتابة واختراع الطباعة.

هذا البحث: هل خصائص مواقع التواصل الاجتماعي غيرت حياة الناس؟ أم أنها مجرد وسائط اتصالية ساهمت فقط في تسهيل العمليات الاتصالية بين البشر؟ إن الهدف من هذا البحث ليس مجرد الكشف عن إجابتي هذين السؤالين، ولكنه أيضاً يسعى لفتح نافذة والنظر فلسفياً في التحولات التاريخية من وسيط لوسيط لفهم طرق التغيير التي يجب أن تُستوعب عقب دخول مواقع التواصل الاجتماعي حيز وسائط الاتصال البشري. والهدف الذي يقود هذا البحث ليس النظر في حالة بتحليل واقعها اليوم، ولكن هدفه - كما دُكر - هو فتح نافذة متبصرة على ما يحدث وأثره فيما سيحدث. وعلى هذا فالمنطلق الذي تنطلق من هذه الورقة هو المنطلق التفسيري أو التأويلي Interpretivism، فنظراً لتقارب الزمن بين أوقات ظهور وسائط الاتصال في القرون الثلاثة الأخيرة لم يعد متاحاً للوسيط الاتصالي أن يبدأ تأثيره ويكتمل مع تعاقب الأجيال. إذ ستواجه الأجيال القادمة وسائط جديدة مختلفة بسمات مختلفة وتشرع في التأثير على الثقافة والمفهوم واللغة. لذا ننحو هذه الورقة منحاً فلسفياً صرفاً لاعتقاد قدرة الفلسفة على القراءة بناء على معطيات تاريخية ولحظية.

ولبلوغ غاية هذا البحث فقد انقسم البحث إلى ثلاثة أقسام رئيسة. القسم الأول يسعى للكشف عن طريقة تأثير وسائط الاتصال المختلفة في العصور المختلفة على طرائق تفكير وتعبير الإنسان (نظرة شاملة وموجزة عن علم بيئة وسائط الاتصال Media Ecology<sup>2</sup> والجهود البحثية الرئيسية فيه). أما القسم الثاني فينظر عن قرب لخصائص مواقع التواصل الاجتماعي، وقد ركز هذا البحث في ثلاثة مواقع وهي: Twitter، Facebook، وWhatsApp. وقد ركز القسم الثالث والأخير على تأثير هذه المواقع الثلاثة (Twitter، Facebook، وWhatsApp) على طرق تفكير الناس وطرائق تعبيراتهم.

### تأثير وسائط الاتصال على طرق تفكير وتعبير الناس

التقنيات الاتصالية تغير حياة الإنسان كطريقة اتصاله مع الآخرين، وتغير ترتيب الأولويات، وكذلك تغير بعض القيم الإنسانية. يذكر ديفيد ناي (David Nye) أن التقنيات تعيد تركيب العالم (٦١). إنها الطريق لتغيير المفاهيم، وأكد ناي أن التقنيات تعبر عن العالم الاجتماعي وتطور داخلي تشكل عن طريق السياق الاجتماعي (٤٧). أما ماري كي سوينقل (Mari K. Swingle)، وهي أخصائية علاج عصبي وخبيرة في تأثير التقنيات

<sup>2</sup> ترجم عدد من الباحثين العرب Media Ecology لبيئة الإعلام، ولكني لم أعتد هذه الترجمة شبه الحرفية لأسباب أهمها أن كلمة Media في اللغة الإنجليزية في المجال الأكاديمي لا تعني بالضرورة الإعلام. أيضاً المقصود لمن عرف تخصص Media Ecology أنهم لا يقصدون بـ Media الإعلام بمعناها الدراج في الدراسات العربية وإنما وسائط الاتصال.

الجديدة على الدماغ والسلوك، فتشير إلى أن التقنيات تغير الحقائق التي تؤمن بها المجتمعات، وطريقة تفكير الناس، وطريقة عملهم، وكذلك طريقة تفاعلهم (xi). وبناء على هذا، فالتقنيات المستعملة في الاتصال البشري<sup>3</sup> ليست فقط أدوات لتسهيل حياة الإنسان، ولكنها أيضاً تغير طرق تكفير وتعبير الإنسان.

ولكن السؤال الأهم هو كيف تغير تقنيات وسائط الاتصال طريقة تفكير الناس؟ بالنسبة لنيل بوستمان (Neil Postman) تخلق تقنيات الاتصال تعريفات جديدة للمصطلحات القديمة (٨). هذه التعريفات الجديدة تحمل تصورات جديدة لهذه المصطلحات القديمة، وهذا يستدعي تغيير طريقة التفكير لفهم هذه التعريفات الجديدة. فالمقصود من فكرة بوستمان أن التقنيات الاتصالية الجديدة تجعل مستعملها ينظرون للمفاهيم السائدة القديمة من زاوية مختلفة مما يتطلب تغيير طريقة التفكير لفهم هذه المصطلحات القديمة من خلال الزاوية الحديثة. فعلى سبيل المثال، المجتمع له تعريف كتابي وطباعي مختلف تماماً عن تعريف المجتمعات الرقمية التي ظهرت تحت تأثير وسائل التواصل الاجتماعي. هذا الاختلاف ليس اختلافاً سطحياً، بل هو اختلاف جذري<sup>4</sup>. وبالاعتماد على فكرة دينيس ماكويل (Denis McQuail) يؤكد تانغ-مو جو وتشان-اينغ تنغ (Joo Tang-Mui and Chan-Eang Teng) على فكرة ربط تقنيات الاتصال بمميزات المجتمع. واعتماداً على هذه الفكرة، يريا جو وتنغ أن أي تغيير يطرأ على تقنيات الاتصال يجر معه أيضاً تغييراً في مميزات المجتمع (٣٥). وبناء على هذا التغير فيذكر بوستمان أن العلماء وجدوا أنه من المفيد ابتكار تصنيفات ثقافية على أساس الطابع التكنولوجي لعصر ما (٢٢). وبناء على فكرة بوستمان يستطيع المؤرخون تقسيم العصور بالاعتماد على التقنية الاتصالية المهيمنة في ذلك العصر، كالعصر الشفاهي، والعصر الكتابي والعصر الطباعي، وهكذا. فكل عصر من هذه العصور سيكون لديه صفاته المشتركة مهما امتدت المدة. وهذا لا يعني أن بداية العصور تكون مع بداية اختراع التقنية الاتصالية الجديدة؛ فكل تقنية اتصالية جديدة تحتاج دهوراً لتصبح تقنية اتصالية مهيمنة مؤثرة في الثقافة والمجتمع والفرد.

إن التأثير الذي تُلحقه التقنيات الاتصالية الحديثة على طريقة تفكير وتعبير الناس لا يحدث متزامناً مع بدايات ظهور هذه التقنيات. فهذه التقنيات تحتاج لوقت طويل حتى تبدأ بالتأثير على طرق تفكير الإنسان وتعبيره. فوفقاً لناي الاختراعات الجديدة لا يمكن أن تحدث تأثيراً فورياً؛ فالناس تحتاج وقتاً لفهم الطريقة التي تستعمل بها هذه الاختراعات (٤٧). ولكن أيضاً عندما يجدون هذه الطريقة فهذه الاختراعات الجديدة

<sup>3</sup> التقنيات الاتصالية المقصود بها كل ما استعمله الإنسان ليتواصل به، فالكتابة تعتبر تقنية اتصالية، وكذلك الطباعة، والتلفزيون، والهاتف، ... إلخ.  
<sup>4</sup> شرح مواطن الاختلاف بين مفهومي المجتمع التقليدي والمجتمع الرقمي يحتاج لمجال أوسع من سردها في فقرة واحدة، وإنما ورد هنا مثلاً حتى يتسنى للقارئ فهم ما قصده الباحث بشرحه لمقصد بوستمان.

تتطلب وقتاً آخر لتبدأ التأثير على طريقة التفكير والتعبير. ففي بعض الأحيان يبدأ هذا التأثير على أجيال لاحقة<sup>5</sup>. بالنسبة لبوستمان فكل تقنية جديدة لديها نتائج وتأثيرات غير معروفة (١٥). كما هو الحال في الفترة الكتابية<sup>6</sup>. إن هذا التأثير الذي تصبغه التقنيات الاتصالية على الفرد والمجتمع والثقافة جعل علماء بيئة وسائط الاتصال Media Ecology يدرسون التاريخ الإنساني معتمدين على التقنيات الاتصالية.

قسم بعض العلماء (علماء بيئة وسائط الاتصال) أنواع التقنيات أو الثقافات إلى مراحل أو فئات اعتماداً على تأثيرها. يشير بوستمان في كتابه Technopoly استناداً إلى بعض العلماء كجوز أورتيغا غاسيت José Ortega Gasset إلى ثلاث مراحل لتطور التقنيات وهي: عصر فرصة التقنية، وعصر تقنية الحرفيين، وعصر تقنية الفنيين (٢٢). ولكن بوستمان ذهب برأيه إلى تقسيم الثقافة في علاقتها مع التقنيات إلى ثلاثة مراحل: الثقافات التي تستعمل الأدوات، والتكنوقراطية، وما أسماه التكنوبوليات technopolies (٢٢). وهناك العديد من العلماء في هذا الجانب من قسم الثقافات في علاقتها مع التقنيات إلى تقسيمات متنوعة، أما هذا القسم فسيقسم الثقافات إلى خمسة أقسام، وهي: الشفاهية، والكتابية، والطباعية، والإلكترونية الجماهيرية، والرقمية التفاعلية.

### أولاً: الشفاهية

أول وسيط اتصالي عرفه الإنسان وتواصل عن طريقه مع الآخرين بوضوح هو الشفاهية. أما الثقافة الشفاهية فمن البديهي أن تكون الثقافة التي يستعمل أعضاؤها المشافهة أو اللغة المحكية فقط للتواصل<sup>7</sup>. فخصائص التفكير والتعبير في مثل هذه الثقافة تشكل بالوسيط الشفاهي. يذكر والتر جي أونج Walter J. Ong أن تقييد الكلمات بالصوت فقط يحد عملية التفكير (٣٣ ٢٠٠٢). ما يقصده أونج أن صفات الصوت المحدودة قيدت طريقة التفكير. وهو هنا يربط بين الكلام والتفكير. وهذا الربط يعني أن قدرة الوسيط الشفاهي ينعكس على قدرة توليد الأفكار، أو بشكل أدق طريقة توليدها. ولفهم خصائص الفكر في الثقافة الشفاهية، يجب فهم خصائص الشفاهية بوصفها وسيطاً اتصالياً.

<sup>5</sup> وعَلَّ هذا واضحاً في بداية ظهور الكتابة في العالم العربي والإسلامي، فالمؤلفات العربية الأولى لم تستطع التخلص من الأسلوب الشفاهي في الكتابة.  
<sup>6</sup> لم تكتمل تأثير الكتابة على المجتمع بأكمله إلا بعد ظهور الطباعة، وهو وقت يعتبر طويل جداً، وقد أسهب في هذا الموضوع والتر جي أونج في كتابه الشفاهية والكتابية.

<sup>7</sup> هذه هي القاعدة العامة وإن كان هناك ثقافات عرفت الكتابة ولكنها لم تتحول إلى كتابية، وهي ليست استثناءً ولكنها نتيجة مفروضة بعدم انتشار الكتابة بشكل واسع لأسباب كثيرة منها ندرة أدواتها خصوصاً الورق وكذلك كون الكتابة في ذلك الوقت نخبوية.

قناة الاتصال في الوسيط الشفاهي تتطلب مرسلًا، ومستقبلًا، وكلمات (لغة)، وصوتًا، وأذنًا. أما الوسيط الذي تتميز به هذه القناة فهو الصوت. بالنسبة لأونج فالصوت يُخلق وهو في طريقة إلى العدم (٢٠٠٢ ٣١). أي أنه مؤقت وفوري الحدوث والتلاشي. ورغم ذلك فهو السبيل الرئيس والوحيد في الثقافات الشفاهية لإظهار الفكر. ففكر الرجل الشفهي محمول على عجل بالصوت المؤقت والسريع التلاشي. تتبع أونج الشفاهية وحدد صفاتها ومن ثم وضع تسع صفات للثقافات الشفاهية الأولية بناءً على دراسته للصوت والتأثير الذي تحدثه في الفرد والمجتمع، وهذه الصفات هي: الاعتماد على تعاطف الجُمَل، والحياة والأسلوب الجمعي، والإطنابية أو الإسهابية، والمحافظة أو التقليدية، والقرب من عالم الحياة البشرية (التجربة الحياتية اليومية)، والطريقة الهجومية أو الحياة الخصامية، والعاطفية والتشاركية، والتجانس أو اللحظية، والظرفية أو الحالية (٣٦-٥٦). المستقبلون في الثقافة الشفاهية الأولية يتلقون جميع الرسالة المرسلة لهم جمعاً في وقت واحد ولحظة واحدة، هذه اللحظة لا تتجزأ ولا يمكن تجزئتها؛ لذا ليس لديهم الوقت الكافي لتحليل كل هذه المدخلات. أيضاً، الوسيط الشفاهي يتطلب أكثر من شخص متواجدين في ذات لحظة الإرسال والاستقبال. إن هذين الصفتين صبغت المجتمع الشفاهي بصفة المجتمع الجمعي. فحجم الترابط بين المجتمعات وأفراد المجتمع الواحد الشفاهي لا يضاويه في قوة الترابط مجتمع آخر. فالصوت أداة توحيد وليست أداة تفريق. فلا يمكن أن تفهم الرسالة في حال قمت بتقسيم الصوت وأخذ كل وحدة صوتية حين نطق الكلام على حدة. فالنموذج الذي لا يستطيع الصوت مخالفته ليكون عملية اتصالية ناجحة وكاملة هو الانسجام (٧٠) بين كل مكونات الشفاهية (المرسل، والمستقبل، والصوت، والسماع، والكلمات، والفكر). لذا نستطيع القول إن الشفاهية شكلت حياة الفرد الشفاهي وطريقة تعبيره وتفكيره وفق خصائصها.

بالإضافة إلى كيفية تكوين فكر الناس في الثقافة الشفاهية، تتشكل ذاكرة الأشخاص الشفاهيين من خلال قناة الاتصال الشفاهي. فتوجد الكلمات في الثقافة الشفاهية وتختفي في نفس اللحظة. والطريقة الوحيدة لإبقاء الكلمات (وبالتالي الأفكار) هو حفظها. ولكن كيف؟ هل هذا ممكن؟ يجد أونج الحل فيما أسماه أنماط الذاكرة. ويقصد بهذا أن أفكار الأفراد الشفاهيين يجب أن توجد داخل إيقاع جذاب. يؤكد أونج أن الفكر الشفاهي يميل إلى أن يكون إيقاعياً بشكل مبالغ فيه (٣٤). ولعل أوضح مثال لهذا هو بروز وازدهار الشعر في الثقافات الشفاهية. فالشعر نتاج الثقافة الشفاهية. يعتمد ذلك على الإيقاع. في الثقافة العربية قبل الإسلام (الثقافة الجاهلية)، وهي دون شك ثقافة شفاهية، تحتفل القبائل العربية حين ينبغ فيهم شاعراً؛ وذلك لأنهم يعلمون أنه ليس فقط حامل أفكار القبيلة، بل لأنه الوحيد القادر على بقاء ذكر هذه القبيلة خالداً عصياً على النسيان الذي تخشاه القبائل. فالنسيان هو العدم الذي حاربتة الثقافات الشفاهية بالإيقاع الشعري، والسجع

في الخطب، وقوالب الحكم، والشخصيات الأسطورية. فالشاعر الجاهلي قادر على أن يخلق أسطورة، وأن يغير تاريخ القبيلة، فكان يُنظرُ للسان شاعر العدو كالسيف بيد فارسها وأشجع شجاعانها. فبالشاعر الشفاهي ستُعرف القبيلة شجاعة لفترة طويلة ويخلد فرسانها أبطالاً لوقت طويل للأبد كشخصيات قصائد هوميروس.

### ثانياً: الكتابة

ظهرت الكتابة لتعيد تشكيل المجتمع والإنسان والفكر والثقافة، وتتخذ صورة مختلفة عما اعتادت عليه البشرية دهرًا لا يعرف أوله. وقد عزا أونج تطور الفكر (ظهور الفلسفة والعلوم وحتى تنظيم الخطاب الشفاهي بين الكتبيين) للكتابة (١). مع ظهور الكتابة تغيرت السمة الأولى للاتصال الإنساني وهو الصوت، وأصبح الاتصال ممكنًا دون وجود الصوت سريع التلاشي. وقد أدت ظهور الكتابة إلى تغيير كثير من المفاهيم كمفهوم الوقت والمستقبل للرسائل.

على نقيض الشفاهية، مع ظهور الكتابة وسيطاً من وسائط الاتصال، أصبح للوقت مفهوم آخر، ففي عالم الرسالة دخل هناك وقتان: وقت كتابة الرسالة، ووقت قراءة الرسالة. ولا أحد يستطيع تحديد مقدار الوقت بين هذين الوقتين. فهناك كتابة تُقرأ بعد كتابتها بثوان، وهناك ما يُقرأ بعدها بقرون، فاليوم مازال بالإمكان قراءة ما كتبه الجاحظ قبل ما يزيد عن ألف وثلاثمئة عام. إضافة إلى أن هذين الوقتين لا يجتمعان فلا يمكن تزامن وقت الكتابة مع وقت القراءة فكل منهما في زمن مختلف. الفرق الذي أحدثته الكتابة على الزمن المرتبط بالرسالة، أن الكلمات أصبحت تحتل حيزاً معلوماً وملموساً. كما أن الكتابة جعلت أهمية الرسالة تختلف باختلاف الوقت. فما كُتِب لإنجاز أمر ما في زمن ما، قد لا يكن مجدداً أن يُنجز في زمن آخر. ولكن في حال المشافهة، فوجود الرسالة مرتبط بأهميتها، وأهميتها مرتبط بالوقت التي قيلت فيه، بمعنى أن الرسالة متناقلة عبر الصوت ومحفوظة في الذاكرة على قدر أهميتها، فإن زالت أهميتها أو اختلفت، زالت الرسالة من الذاكرة البشرية وبالتالي زالت من الوجود. وهذا مرتبط بالوقت والذاكرة البشرية المحدودة، فالذاكرة البشرية تتخلص من تكس ما لا يحتاجه الإنسان في تجربته الحياتية الحالية. لذا فالتاريخ الشفوي السحيق لا نعرفه بتفصيل مرضي كرضي دراسي علم التاريخ من التاريخ المدون في زمن الكتابة. وهذا نتج عنه ما يُسمى لحظية الأفكار في العالم الشفاهي، أي أن أفكار العالم الشفاهي محفوظة لحظة الانتفاع بها وهي فترة زمنية يسيرة. ولكن عندما فرقت الكتابة بين زماني كتابة الرسالة وقراءتها، أصبحت الأفكار ثابتة وبالتالي قابلة للتأمل والمراجعة والتطوير. فظهرت العلوم والمعارف والتي هي عبارة عن خبرات وتجارب وحكم متراكمة. ومما أحدثته الكتابة أيضاً، أن استُبدل الصوت بالحروف. وهذا ما قلل من أهمية الذاكرة البشرية (قلل من أهميتها

ولم ينزع عنها أهميتها في عالم الاتصال). فأصبحت هذه الأوراق والأخبار أكثر مصداقية من الصوت، حتى أن في عالم القضايا والقضاء، أصبحت الوثائق المكتوبة، أثبتت من الشهادات البشرية (الصوت). وبهذا استحال البشر مجموعة من الأوراق، وأبعد من هذا أيضاً فتحوّلت الملكيات أيضاً لأوراق. وهذا يقود إلى مفهوم انفصال المرسل عن رسالته. فهذه الأوراق موقع اعتماد وإن غاب كاتبها. يذكر أونج أن الكلمات أصبحت وحيدة في النص دون المرسل، فعند تأليف نص ما، يجب على الكاتب أن يكون وحيداً. وهذا برأي أونج ما جعل الكتابة عملية ذاتية (٩٩). انعزال الكاتب جرّ معه انعزال القارئ. إن دخول مفهوم الانعزال إلى عالم وسائط الاتصال، خلق مفاهيماً متناقضة مع مفاهيم الشفاهية. فتحوّل الجماعي لفردى، وعززت الكتابة أو خلقت مفهوم الفردانية (Individualism). ولكن في حالة الانعزال هذه لا تعني غياب جمهور الكاتب. بل هم موجودون في مخيلة الكاتب. وهذا أحد المفاهيم التي تغيرت أيضاً بدخول الكتابة. وجرت كما جرت غيرها من التغييرات تغيراً على طرق تفكير الناس وطرق تعبيرهم.

حتى يُعرف تأثير الكتابة على طريقة تفكير الناس وطريقة تعبيرهم، يجب أن يُحلل وضع المتلقي الكتابي. فالمستقبل الكتابي يعتمد حين القراءة على البصر وليس السمع. والبصر تشرّحي وليس تجميحي كلي كالسمع. يقول أونج أن النموذج البصري الأمثل يعتمد على الوضوح، والتمييز، والتفكيك (٢٠٠٢، ص ٧٠). في العالم الشفاهي، لا يستطيع المستقبل أن يحلّل الرسالة لأن العقل البشري لا يُعي الوقت الكافي للتفكير وتحليل الرسالة، فهو مشغول بسماعها ونقلها لعقله الذي يقوم بدوره بفك شفرات الصوت وإرسال المعنى دون تعديل للمرسل<sup>8</sup>. أما في العالم الكتابي، فالبصر لا يمكن أن تستقبل فكرة من الأفكار جملة واحدة في آن واحد، فيجب على العين أن ترى من جميع الاتجاهات حتى تجعل العقل يكون صورة كاملة عن شيء ما. إن هذا التجزؤ في استقبال هذا الشيء هو التحليل الذي عُني سابقاً. فالرؤية تعطي مفهوم الاستقبال المتأني، وهذا ما يمكن العقل البشري من النقد والتحليل للهدف المشاهد. إضافة لهذا، البصر يعطي الإنسان القدرة للعود للخلف والتأمل من جديد. وهو إتاحة للعقل لاستيعاب ما لم يستوعبه في النظرة الأولى، وتحليله، ومقارنته مع ما هو موجود في العقل من أفكار سابقة ومعارف. وهذا ما جعل للعقل الكتابي القدرة على تطوير العلوم والفلسفات. ثم أتت الطباعة لتعزيز صفات الكتابة وتعميق تأثيرها في طريقة تفكير الإنسان وطريقة تعبيره.

<sup>8</sup> القضية هنا قضية اعتياد؛ لذا ذكر هنا الشفاهي وليس السامع. فالكتابي الذي يستمع لرسالة صوتية يكون قد اكتسب مهارة التحليل من القراءة فليديه قدرة محدودة للتحليل الفوري.

### ثالثاً: الطباعة

رغم أن الطباعة تشترك مع الكتابة في كثير من مميزاتهما، إلا أن تأثيرها على الثقافة والمجتمع وطرق تفكير وتعبير الإنسان مختلف عنها في العالم الكتابي. فالطباعة جعلت المجتمع بكافة أطيافه طباعياً، وهذا ما لم تسطع الكتابة فعله. فالكتابة كانت للنخبة أكثر منها للجموع أو الجماهير المتنوعة، وعل هذا يرجع إلى بطء عملية الإنتاج الكتابي مقارنة بالإنتاج الطباعي للثقافة أو للرسائل بشكل عام. ففي العصر الكتابي، يُعد الحصول على كتاب واحد عملية مكلفة مادياً وزمنياً. فعملية نسخ كتاب من الكتب تصحبه مجموعة من الإشكالات سواء مادية أو زمنية أو حتى توثيقية. وتُرى إشكالية التوثيق جلياً في اختلاف نسخ الكتاب الواحد المنسوخ باليد في العصور القديمة. فلا بد من الاختلافات. وخرجت مصطلحات تشير إلى إشكالية حفظ النسخة كما كتبها مؤلفها كالتصحيح (في العصر القديم) وكذلك التحقيق (في العصر الحديث).

لم يتخلص الإنسان بشكل كبير من صفات العصر الشفاهي إلا بعد ظهور الطباعة وسيطاً اتصالياً. بمعنى أن خصائص الشفاهية كان فاشية في الثقافة والمجتمع والفرد في العصر الشفاهي. هذا التفشي لخصائص الشفاهية في العصر الكتابي يُعزى لعوامل عدة من أهمها نخبوية الكتابة. بل حتى النخبة المتعلمة كانت كتاباتها تحمل الكثير من الصفات الشفاهية، وعل مرد هذا إلى طبيعة الجمهور والمجتمع. فلا أحد يرغب أن يكتب ما لا يُتداول ويُقرأ على نطاق واسع. وقد كان الجاحظ يرى ألا تكون المواد المكتوبة جامدة لا تحمل ما يُرغب القارئ في القراءة فقد كان يكتب الجاحظ لجميع أطياف المجتمع (الحيوان ١:٥)؛ لذا فكتابه الحيوان، رغم أنه كتاباً علمياً، إلا أنه نثر فيه من قصص وقصائد العرب شيئاً كثيراً حتى أصبح مرجعاً أدبياً أكثر منه علماً للحيوان. ووفقاً لريتشارد بالمر فقد كتب بولين رسائله لتُقرأ بصوت عالٍ، ويضيف بالمر أن القراءة الصامتة هي ظاهرة حديثة خلقتها الطباعة (١٨-١٩). وعل السبب في القراءة بصوت مرتفع - كما ذكر سابقاً- أن الكتاب لم يكن متاحاً بشكل سهل لكل من أراده نظراً لصعوبة نسخ الكتابة الواحد لعدد كبير من النسخ تقي باحتياج كل من أراد قراءته. ولكن ما كان يحدث أن هناك قارئ يقرأ الكتاب بصوت عالي ليسمع عدداً حضر لهذا الغرض. واعتماداً على هذا النمط من القراءة الجماعية، أصبح المؤلفين لا يكتبون لتُقرأ كتبهم، بل لتُسمع؛ لذا لا بد أن تكتسب الكتابات أسلوباً شفاهياً. فالأسلوب الكتابي يجلب الملل إن تحول من القراءة الصامتة للقراءة الجهورية. بالنسبة لأونج فعصر النهضة الإيطالية بدأ من الطباعة، بل يرى أونج أنها السبب في هذه النهضة. فقد أدت إلى الإصلاح البروتستانتي، وأعادت توجيه الممارسات الدينية الكاثوليكية، أثرت على تطور الرأسمالية الحديثة، وكانت السبب في استكشاف أوروبا الغربية للعالم، وغيرت الحياة الأسرية

والسياسة، ونشرت المعرفة كما لم يحدث من قبل، وجعلت محو الأمية هدفاً واسع النطاق، وأمكنت ظهور العلوم الحديثة (٢٠٠٢، ص ١١٥-١١٦). وباختصار عززت الطباعة تأثير الكتابية وجعلت هذا التأثير عالمياً وعلى نطاق واسع جداً. فلم تكن الطباعة محصورة على مجموعات معينة كما كان الحال في الكتابة. وهذا ما جعلها تسهل عملية انشار خصائص الفكر الكتابي والطباعي على الفرد، والمجتمع، والثقافة. ثم أتى التحول الكبير حين ظهرت الوسائط الإلكترونية الجماهيرية وقد كانت أيضاً موجهة للجماهير بكافة أطيافها.

### رابعاً: الوسائط الإلكترونية الجماهيرية

أتت الوسائط الإلكترونية الجماهيرية لتغير مفهوم الرسالة. فأصبح الإنسان بمقدوره أن يعرض الرسالة في أشكال متعددة، فيمكن أن تكون صورة، أو نصاً، أو صوتاً، أو مشهداً محكياً مسجلاً. أيضاً غيرت في مفهوم الزمن والمرسل والمستقبل. فعلى سبيل المثال أتاحت البرامج التلفزيونية المباشرة<sup>9</sup> عودة جزء من مفهوم الاتصال الشفاهي وهو وجود المرسل والمستقبل في آن معاً وقت إرسال الرسالة. ولكن المستقبل في هذه الحالة مستقبل سلبي؛ إذ لا يمكنه التفاعل مع الرسالة، وعليه فلا يمكن للمرسل التحقق من ردة فعل المستقبل. أيضاً رغم تواجد المرسل والمستقبل في آن معاً حال إرسال الرسالة، فتوحيد التواجد المكاني غير مشروط، بل الغالب أن يكونا في مكانين مختلفين، وقد يفصل بينهما مئات الكيلومترات. والشرط المتبقي في حال هذه الرسالة التلفزيونية المباشرة هو الزمن. وللزمن في هذه الحال تفصيل. فإمكانية الفصل المكاني بين المرسل والمستقبل جعلت للوقت مفهوماً مختلفاً، فقد تُرسل الرسالة في وقت الظهيرة -على سبيل المثال- ويتلقاها المستقبل في ذات وقت إرسال الرسالة ولكن في وقت الغروب لوقوعه في منطقة جغرافية مختلفة. أيضاً أخذ الوجود الزماني بعداً جديداً، فالمرسل والمستقبل متقابلان أحدهما خلف الشاشة يرسل الرسالة والآخر من منزلة يستقبلها، ولكن قد تكون هذه الرسالة مسجلة. وهذا يجعل الزمن زمانين: زمن إرسال الرسالة وزمن بث الرسالة. أضف لهذا استحواذ المرسل بأفضلية إدارة العملية الاتصالية كاملة. أيضاً وحتى يكتمل هذا النوع من التواصل هناك احتياج لكم كبير من العاملين كالمصورين والمعددين والفنيين وغيرهم فضلاً عن المذيع. إن سلبية المستقبل لعملية الاتصال التلفزيونية والإذاعية جعلت من الممكن خلق ثقافة ذات نطاق جغرافي واسعة وهذا ما ساعد -إن لم يكن هو ما صنع- على ظهور مفهوم العولمة في ثلاثينيات القرن العشرين. على كل حال، أونج يسمي هذه المرحلة الشفاهية الثانوية (٢٠٠٢، ص ٢). وهي ثانوية لأنها أعادت جزءاً من

<sup>9</sup> هذا المثال عن البرامج التلفزيونية المباشرة هو أحد أمثلة وسائل الاتصال في هذا العهد، وكل وسيلة جديدة ظهرت في هذا الوقت لديها خصائصها الفريدة.

المفهوم الشفاهي للرسالة، ولكن ما عدا هذا المفهوم هو صوري وغير جوهري، فلثانويته لم تعد آثار الشفاهية في المجتمع والفكر والفرد.

فإن كانت الشفاهية الأولية توحد القبيلة وتدمج الفرد ليكن جزءاً من القبيلة، فالشفاهية الثانوية أتت لتجعل من العالم قرية كما وصفها مارشل ماكوهان (Ong، ١٩٦٧، ٨٨). ولكن ما الذي جعل الشفاهية الأولية قادرة على خلق جماعة القبيلة وجعل الشفاهية الثانوية تستطيع صنع القبيلة العالمية؟ جواباً لهذا السؤال هناك احتياج للعودة لمثال البرامج التلفزيونية أنفة الذكر ومقارنتها مع خصائص الشفاهية الأولية. هذه المقارنة ليست للوصف التفصيلي لتأثير الشفاهية الثانوية وإنما لفهم إحدى تأثيراته على الفرد والمجتمع والثقافة. فالرسالة في الشفاهية الأولية محدودة المكان والزمان بينما الشفاهية الثانوية غير محدودة الزمان والمكان، بل تستطيع الانتشار بشكل واسع. محدودية الشفاهية الأولية جعلت خصائص الوسيط الشفاهي الأولي يتعدى ليؤثر على الفرد والمجتمع والثقافة المحدودات ببيئة وزمان واحد والمستوعبات لهذا الوسيط. بينما القدرة على الانتشار وتجاوز العقبات الجغرافية والزمانية للشفاهية الثانوية أمكنتها من غرس قيمها وثقافتها في أطياف واسعة وخلق لون ثقافي واحد وخصائص فرد واحدة. وتنسحب كثير من هذه الصفات على المذيع والجرائد اليومية. وظلت هذه وسائط الاتصال في هذه المرحلة نخبوية، فلم تكن متاحاً للعامة أن يضطلعوا بدور المرسل أو أن يتحكموا في مضمون الرسالة، فكانوا مستقبلون سلبيون حتى أتت المرحلة الخامسة وهي مرحلة الوسائط الرقمية التفاعلية لتخلق وتشكل عالماً جديداً بمفاهيم جديدة ووسائط اتصال جديدة أيضاً.

### خامساً: الوسائط الرقمية التفاعلية

بعد الشفاهية، ظهرت ثلاث مراحل: الكتابية، والطباعية، والوسائط الإلكترونية الجماهيرية. على خلاف الشفاهية كانت الكتابة والطباعة والوسائط الإلكترونية الجماهيرية نخبوية<sup>10</sup>. وما جعلها نخبوية هي خصائصها المعقدة للمرسل وكذلك طبيعة الرسالة المقبول إرسالها من خلالها. ولكل مرحلة من هذه المراحل الثلاث صفات أخرى زادت في عمق نخبويتها. ورغم أن الوسائط الرقمية التفاعلية أكثر تعقيداً في مرحلة تكوينها وسيطاً اتصالياً، إلا أنها أدت إلى ظهور الهامش إلى مستوى النخبوي. فبعد أن اضطلع المثقف في العهد الكتابي والطباعي والإلكتروني الجماهيري بالتكوين الثقافي للجماهير، أصبحت الجماهير التي كانت هامشية في هذه العهود هي من يضع لبنات الثقافة الرقمية التفاعلية. ولكن ما هي صفات هذه الثقافة؟ فإن

<sup>10</sup> المقصود بنخبوية هنا من جهة المرسل وليس المستقبل.

سَلَّمنا أن الشفاهية، والكتابية، والطباعية، والإلكترونية الجماهيرية شكلت تفكير وتعبير الفرد ولوَّنت المجتمع والثقافة بناءً على خصائصها وصفاتها، فالوسائط الرقمية التفاعلية أدت إلى تشكيل العالم الجديد، والفرد الحاضر، والثقافة والمجتمع المعاصرين بصفات هذه الوسائط الرقمية.

في هذا الوقت الراهن، مازال العالم في طور الانتقال من الطباعية والإلكترونية الجماهيرية إلى الرقمية التفاعلية<sup>11</sup>. بمعنى أن تأثير الرقمية التفاعلية على طرق تفكير الإنسان وتعبيره لم تكتمل بعد. إذ يحتاج كل وسيط لوقت طويل ليحدث التأثير. ففي معرض الحديث عن الانتقال من الشفاهية للكتابية يؤكد أونج أن تأثير الشفاهية على الفكر والتعبير لا تحدث بمجرد أن يأخذ الشخص القلم في يده. يستشهد أونج بملاحظة أوبلاند بأن شعراء الخوسا عندما تعلموا الكتابة، كان أسلوب قصائدهم المكتوبة نفس خصائص قصائدهم المنطوقة (٢٠٠٢، ٢٦). والناظر في الثقافة العربية القديمة يجد بأن العرب لم تستوعب الكتابة حال انتشارها بينهم. فمتصفح الكتب القديمة يجد فيها الأسلوب الشفاهي سائداً على مؤلفات تلك الفترة. وما انعتق هذا الأسر من الشفاهية إلا بعد أمد بعيد من ظهور الكتابة، رغم المحاولات الجادة للتخلص من الأسلوب الشفاهي في الكتابة من كثير من الكُتَّاب العرب القديمين. أما في العصر الرقمي فتؤثر الوسائط الرقمية على أفكار الناس بطرق مختلفة. وفقاً لتانج موي جو وتشان إنج تنغ، فإن قنوات الاتصال التكنولوجية الجديدة تغير سلوك الناس (٢٥). ولإيضاح فكرة جو وتنغ يكمن سر هذا التغير السلوكي في الإجابة على سؤال كيف تتغير السلوكيات؟ من الواضح أن التغيير لا يمكن أن يحدث دون تغيير في طريقة التفكير. وبناء على علم بيئة وسائط الاتصال، فإن هذا التغيير في طريقة التفكير يقوم به الوسيط الاتصالي المستعمل في العملية الاتصالية. إذ يقوم العقل البشري بتكييف فكرة وطريقة إرساله للرسالة بما يستطيع هذا الوسيط استيعابه والانطلاق به. وكثير تكرير هذه الممارسة تعني تشكيل العقل البشري وفق خصائص هذا الوسيط. يؤكد بوستمان أن مستخدمي التكنولوجيا الجدد أصبحوا يصرحون عن البرمجة أنفسهم أو إلغاء برمجتهم (١١٣). فكرة بوستمان (Postman) تتمحور أن الإنسان الرقمي (أي الذي تأثر بالوسائط الرقمية) أصبح يرى تكوينه النفسي كتكوين تلك الوسائط الرقمية التي يستعملها للتواصل. باختصار، تخلق الوسائط الرقمية مساراً

<sup>11</sup> أخذت الكتابة وقتاً وزمناً طويلاً لتظهر منافسة للمشفاهة. ولم تظهر الطباعة إلا في منتصف القرن الرابع عشر تقريباً رغم ظهور الكتابة قبل الميلاد بقرون. هذه المدة الزمنية الطويلة لمرحلة الشفاهية والكتابية مكنت هذين الوسيطين من التأثير على المجتمع والإنسان والثقافة. إذ إن تغير تفكير وتعبير الفرد وتغير التكوين الثقافي والمجتمعي لوسيط جديد يتطلب وقتاً طويلاً ليحدث، وهذا ما لم يتسنى للإلكترونية الجماهيرية لسرعة ظهورها بعد الطباعية. أما تأثير الطباعية المدهش في الجماهير فهو نتيجة تشابه وتقارب صفاتها مع صفات وخصائص الكتابية.

جديدًا للأفكار البشرية. يصبح مسارًا جديدًا لأنه يتشكل وفقًا لخصائص الوسائط الرقمية. وأكثر ما يستعمل وسائلًا اتصالية في العهد الرقمي هي وسائل التواصل الاجتماعي Social Media.

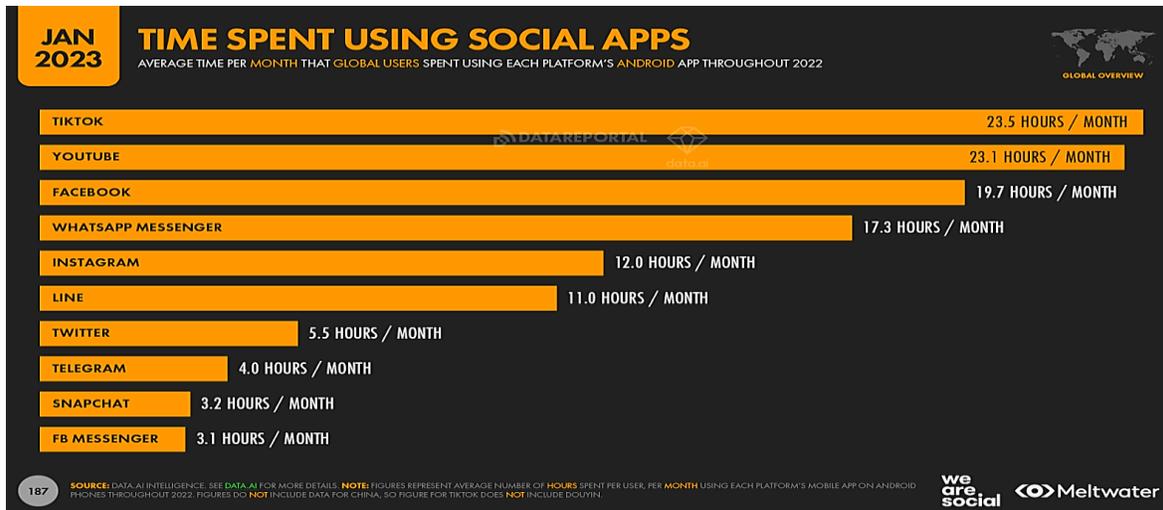
### خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

في أغلب من ثقافات اليوم أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة اتصال رئيسية. فأعداد المستعملين لهذه المواقع الرقمية الاجتماعية يزداد كل عام إن لم يكن كل شهر أو أسبوع. ولكن السؤال ما هي وسائل التواصل الاجتماعي وما هي خصائصها؟ يُعرّف إزال أسنيرا زولكيلي (Izzal Asnira Zolkepli) ويوسنيزا كامارولزامان (Yusniza Kamarulzaman) وسائل التواصل الاجتماعي على أنها مجموعة من التطبيقات المعتمدة على الإنترنت وقد بنيت هذه التطبيقات على الأسس الأيديولوجية والتكنولوجية للويب 2.0، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشئه المستخدم (١٩٠). إذا فهي مصممة قصدًا لجعل الأشخاص يتواصلون فيما بينهم وطريقة هذا التواصل مشاركة قصصهم وحياتهم واهتماماتهم مع الآخرين. وبناء على تعريف وسائل التواصل الاجتماعي فأكثر ما يميز هذه الوسائل هو المشاركة. فتسمح مواقع التواصل الاجتماعي للناس بمشاركة حياتهم الخاصة وفعاليتهم اليومية مع الآخرين (Bazarova & Choi، ١٣، و Sylvania M. Chan-Olmsted وآخرون ١٥٠، و Peerayuth Charoensukmongkol، ٦٩). تذكر Chan-Olmsted وزميلاتها أن مايفلد يحدد خمس خصائص لوسائل التواصل الاجتماعي: المشاركة، والانفتاح، والمحادثة، والمجتمع والقواسم المشتركة، والترابط (١٥٤). هذه الخصائص هي خصائص عامة لكل ما يندرج تحت مظلة مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يعني أن كل موقع أو تطبيق للتواصل الاجتماعي له خصائصه الخاصة.

رغم التشابه الكبير بين مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن هناك اختلافات فيما بينهم، فلكل موقع تواصل اجتماعي صفاته التي تميزه عن غيره من مواقع التواصل الاجتماعي. فوفقاً لـ Chan-Olmsted وزميلاتها، هناك وظائف وهياكل أساسية مختلفة في وسائل التواصل الاجتماعي. وتعتمد هذه الاختلافات على الهدف أو الأهداف التي أنشئت من أجلها هذه الوسائل. بالإضافة إلى ذلك، تتمتع وسائل التواصل الاجتماعي بمستويات مختلفة من الشعبية (151). بعضها أكثر شعبية من غيرها.

ونظراً لكثرة مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن هذا البحث وجد أن يتعمق في خصائص ثلاثة مواقع تواصل اجتماعي، وهم: X (Twitter سابقاً)، و Facebook، و WhatsApp. وقد اختيرت هذه الثلاثة مواقع دون

غيرها لعدة أسباب، أولاً: الانتشار الواسع التي تحظى بها هذه المواقع في العالم العربي. ثانياً: التأثير الواضح للعيان لهذه المواقع الثلاثة في الواقع العربي. ثالثاً: امتاز هذا الاختيار باختلاف كثير من الصفات بين هذه المواقع. رابعاً: المواقع المذكورة هنا تعتبر من أقدم مواقع التواصل الاجتماعي مما يتيح لهذا البحث الحديث عن الآثار التي تتطلب فسحة من الوقت للملاحظة والتأثير. أخيراً: لهذه المواقع الثلاثة حضور عالمي كثيف فحسب موقع We Are Social المهتم بالإحصائيات المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي فقد حل موقع Facebook في المركز الثالث من حيث عدد الساعات التي يقضيها الفرد شهرياً على التطبيق والتي تقدر بقرابة ٢٠ ساعة شهرياً، ويليه تطبيق WhatsApp، في المركز الرابع بواقع ١٧.٣ ساعات في الشهر، وقد أتى X أو Twitter في المركز السابع، حيث يقضي الفرد قرابة الست ساعات شهرياً على تطبيق X (wearesocial.com). وهذه الإحصائيات كانت لشهر يناير لسنة ٢٠٢٣.



المصدر: موقع we are social على الشبكة العنكبوتية (wearesocial.com)

تطبيق X هو أحد أشهر تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي. وكما أنه يشترك مع تطبيقات التواصل الاجتماعي في كثير من المميزات إلا أنه لديه مميزات خاصة به. أيضاً ظهر مع ظهوره مفردات لغوية خاصة به - خاصة مع مسماه القديم Twitter- كتغريدة وأغرد، بعد أن كانت هاتان المفردتان خاصيتين بغناء بعض الطيور. رغم أن تطبيق X سمح في الفترة الأخيرة المستعملين بكتابة منشورات مطولة إلا أن النظام السابق لـ Twitter ما زال يفرض نفسه، فاعتاد المستخدمون أن يغرّدوا بعبارات مختصرة وقصيرة. وهذه المنشورات كما هو منشور

على موقع X يمكن أن تحوي مقطع فيديو، أو صورة، أو GIFs، أو روابط، أو كلمات (twitter.com). ورغم تغير سياسة X حول عدد الأحرف المتاحة لكل تغريدة إلا أن ميزة سلسلة التغريدات (Thread) ما زالت موجودة. ففي السابق وقبل سياسة محدودية عدد أحرف التغريدة كانت سلسلة التغريدات ميزة للالتفاف على سياسة محدودية أحرف التغريدة. "نحتاج في بعض الأحيان إلى أكثر من تغريدة واحدة للتعبير عن أنفسنا. سلسلة التغريدات على تويتر عبارة عن سلسلة من التغريدات المتصلة ببعضها البعض والصادرة عن شخص واحد. يتسنى لك من خلال سلسلة التغريدات توفير سياق إضافي أو تحديث أو نقطة موسعة عن طريق ربط العديد من التغريدات بعضها ببعض" (help.twitter.com). ولأن موقع X قد أنشئ لدعم المحادثات القصيرة في بداياته فقد أضاف بعض المميزات التي تدعم هذا التفاعلي كالإعجاب بالتغريدة، ومشاركته بإعادة نشرها (retweet أو حالياً repost)، واقتباسها مع إضافة التعليق على النص الأصلي، أيضاً يمكن لمستعمل للتطبيق أن يقوم بكتابة تغريدة ويقوم بالإشارة لآخر في التغريدة بوضع اسم المستخدم الطرف الآخر. ولكن أيضاً تطبيق X أعطى الحرية للمستخدم في حال عدم رغبته بمشاهدة بعض المحتويات أن يحظر بعض الكلمات، أو الـ emojis، أو الوسم (Hashtags)، أو حتى الأشخاص. ولكن -على النقيض- إن رغب المستخدم أن يتابع قضية ما، أو نوع محدد من التغريدات، أو ما يكتبه مستخدم ما فيستطيع أن يحدد اسم المستخدم الذي يريد ليكون دائماً متواجداً في الصفحة الرئيسية للمستخدم (timeline). ومن مميزات X أيضاً ميزة إنشاء مساحة صوتية لمناقشة الموضوعات مع المستخدمين الآخرين. ويتيح موقع X للتواصل الاجتماعي استطلاعات الرأي عن طريق ميزة التصويت، وهي ميزة تجعل للمستخدمين الآخرين إمكانية الإجابة على سؤال مطروح بإجابات محددة مسبقاً من قبل المستخدم المتيح لهذا الاستطلاع. إضافة إلى هذه المميزات لموقع X، فهناك ميزته الأكثر بروزاً وتأثيراً وهي الوسم Hashtags وهي وضع علامة # قبل الموضوع ليتاح للجميع المشاركة فيه. وفي حال كثرت المشاركات بشكل كبير يصبح هذا الوسم ظاهراً لكافة المستخدمين مما يرفع وتيرة المشاركة في الموضوع. ومن مميزات الوسم في تطبيق X أنها تعني بها لكل منطقة منفصلة عن الأخرى، وأيضاً من الممكن معرفة الوسم الأكثر مشاركة على مستوى العالم.

بقليل من التبصر في مميزات تطبيق X للتواصل الاجتماعي يجد المستخدم نفسه مدفوعاً لمشاركة الآخرين حياته ومشاركاتهم حياتهم. حتى في حال تحفظ الفرد عن مشاركة لحظاته اليومية وأفكاره مع الآخرين، فبمجرد الدخول في عالم X سيدخل لأدق تفاصيل حياة الآخرين. فآدوات موقع X تنوعت بين المرئي والمسموع للوصول للآخرين. وهذا ما نجده في التطبيقات الاجتماعية الأخرى أيضاً كموقع Facebook.

موقع Facebook للتواصل الاجتماعي يجعل المستخدمين يرتبطون ببعضهم البعض عن طريق صداقات إلكترونية رقمية. ويلتقي موقع Facebook مع موقع X في عدد من النقاط كقدرة المستخدم على التفاعل مع المنشورات بالإعجاب، والردود المباشرة، وإعادة النشر (وهذه تقابل الاقتباس في موقع X). وأيضاً يتوافق مع موقع X في وجود الصفحة الرئيسية للمستخدم timeline تظهر فيها منشورات الأصدقاء. ولكن على النقيض من موقع X، في حال المستخدمين في Facebook قبلوا طلب الصداقة فهذا يعني أن كلاً منهم سيرى منشورات غيره. إضافة صديق في موقع Facebook تعني أن كلا المستخدمين بقدرتهم رؤية نشاط بعضهم البعض في آخر الأخبار، والفيديو، والصور، والقصص المصورة (facebook.com). ويتفرد موقع Facebook بقدرة المستخدمين النشر في الصفحة الخاصة بالأصدقاء أو وضع فيديو أو صورة. أيضاً يتميز موقع Facebook بعرض تفاصيل المستخدم -مستوى تعليمه، دولته ومدينته، اسم المؤسسة التعليمية التي يرتادها، منصبه، موقع عمله، ...إلخ- في صفحته وبقدرة المستخدم جعلها ظاهرة للعامة. إضافة لهذه المميزات فهناك متجراً في موقع Facebook، إذ يستطيع المستخدمون من عرض منتجاتهم وكل ما يرغبون في بيعه. وهذه الميزة تحوي عدد من المميزات في مصنفة حسب نوع السلعة المعروضة للبيع. ومما يجعل موقع Facebook مكاناً مناسباً لأصحاب الاهتمامات وخلق جواً مناسباً لهم، فالمستخدمين بقدرتهم إنشاء حساب للمجموعات وليس للأشخاص، وقد تكون هذه المجموعة مفتوحة للعامة وقد تكون خاصة ويكون الانضمام لها عن طريق إرسال طلب الانضمام لمن أنشأ المجموعة. وأخيراً، يسمع موقع Facebook لمستخدميه إنشاء صفحات للأحداث والمناسبات لتذكير وجمع المهتمين لحدث أو مناسبة معينة.

وعلى أكثر الميز المذكورة تفرداً في تغيير مفاهيم سابقة هو مفهوم الصداقة على موقع Facebook. فمفهومها أكثر بساطة وأقل تعقيداً من مفهوم الصداقة على أرض الواقع لقدرة المستخدم التواجد لحظة بلحظة مع الصديق الافتراضي على Facebook. فمن خلال ميزة إرسال الإشعارات للمستخدمين عن النشاط الجديد لأصدقائهم، تأتي فكرة التواجد في محافل وأنشطة الصديق دون الحاجة لتوجيه حديث مباشر للصديق. وفي القسم التالي سنتطرق لهذا الموضوع بشيء من التركيز.

أما النوع الأخير من أنواع مواقع التواصل الاجتماعي فهو موقع وتطبيق WhatsApp. يعتبر WhatsApp تطبيقاً للتواصل الاجتماعي إذ يسمح لمستخدميه أن يتواصلوا مع بعضهم البعض عن بطريقة مباشرة عن طريق الرسائل. فيستطيع المستخدمون التواصل بإرسال نص مكتوب، وملاحظة صوتية، وفيديو، وصورة. وكذلك يمكن تطبيق WhatsApp الاتصال الصوتي ومكالمات الفيديو. إضافة لهذه المميزات بإمكان

المستخدمين إنشاء مجموعات يصل أعضاء هذه المجموعات إلى ٢٦٥ عضواً في المجموعة الواحدة. التواصل في هذه المجموعات أيضاً يكون عن طريق الإرسال المباشر للمجموعة وحينها سيتمكن جميع أعضاء المجموعة من رؤية، أو قراءة، أو سماع الرسالة. أيضاً هناك إمكانيات إنشاء قالب للتصويت ليسهل عملية جمع وتصنيف آراء أعضاء المجموعة. ومما يتيح تطبيق WhatsApp قدرة المستخدمين على إضافة فيديو أو صور على ما تسمى بالحالة، وحينها يستطيع رؤيتها كل المستخدمين للتطبيق. وما يميز تطبيق واتساب هو ارتباطه برقم جوال المستخدمين إذ لا بد من وجود رقم جوال للمستخدم ليكن قادراً على استخدام التطبيق. وكما هو الحال في موقعي Facebook وX، يستطيع المستخدمون حظر المستخدمين غير المرغوب التواصل معهم.

ومن المميزات الخاصة بتطبيق WhatsApp هو استحداث WhatsApp Business، وهذه الميزة مقسمة لفئتين: تطبيق ومنصة، حيث يستهدف التطبيق المنظمات التجارية الصغيرة، وتهدف المنصة إلى تقديم خدماتها للمنظمات المتوسطة والكبيرة. ومما تقدمه خدمة WhatsApp Business هو عملية الرد الآلي على رسائل المستخدمين وإتاحة الخيارات لهم لمعرفة موضوع التواصل مع الجهة.

وبشكل عام، فموقعي X وFacebook وكذلك تطبيق WhatsApp كلها تخدم مفهوم "التواصل الاجتماعي" ولبلوغ هذا الهدف، فكل منصة شاركت مثلتها بصفات عامة وتفردت -كما اتضح- بصفاتها الخاصة بها والتي تميزها عن غيرها. ويبقى سؤال هذه الورقة، ما مدى تأثير هذه المواقع الاجتماعية للتواصل على طرق تعبير وتفكير المستخدمين.

### مواقع التواصل الاجتماعي وطرق تفكير الإنسان

ابتداءً، هناك ملاحظة يجب إدراكها وهي أن عقل الإنسان (طريقة تفكير الإنسان) هو المتحكم في سلوكه، وطرق تعبيره، وأولوياته، وأسلوب معيشته، بل وحتى تكوينه الثقافي، وغيرها من الصفات والأساليب التي تتعلق بحياته. بالنسبة لهارولد اينيس Harold Innis، فإن التأثير الواسع النطاق لوسيلة الاتصال سيؤدي إلى شكل جديد من الحضارة (٣٤). ودن شك كل حضارة مكونة من صفات مجتمع وثقافة تميزها عن غيرها من الحضارات، وهذه الحضارات متفردة المجتمع والثقافة لا تبنى بهذا التفرد دون وجود فرد أنشأها وهو يفكر ويعيش بشكل مختلف عن غيره من الثقافات. وعليه فأي تأثير تحدثه وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك الإنسان فهذا لا يعني أن التأثير كان مباشراً ومحددًا على سلوك بعينه، وإنما هو تأثير على تفكير المستخدم، وهو المسؤول عن توجيه السلوك البشري. وقد استشهد Nye بماكوهان في كتابه

Technology Matters: Questions to Live with حيث أكد ماكوهان أن وسائل الإعلام الإلكترونية قد أسهمت في توسيع وتمدد الجهاز العصبي المركزي للإنسان مما أدى إلى تقارب وارتباط الناس ببعضهم البعض في شبكة عالمية (Nye 27). رأي ماكوهان هو رأي عن التكنولوجيا الحديثة في زمنه قبل ظهور واستيلاء مواقع التواصل الاجتماعي على حيز كبير من سبل التواصل بين البشر. فمواقع التواصل الاجتماعي عززت هذا التواصل بما يتجاوز حدود الثقافة الواحدة والدولة الواحدة. تذكر ماري سوينقل Mari Swingle أن النتائج السلبية، والإيجابية، والمحايدة لاستعمال التقنيات الحديثة تعتمد على تفاعل الفيزيولوجيا العصبية الأساسية (neurophysiology) للإنسان مع قدرته على إدارة بيئته المادية والاجتماعية (26). إذاً فتأثير وسائل الاتصال على سلوك وتفكير وطرق تعبير الفرد هي عملية غير واعية وخارجة عن قدرة الإنسان للتحكم بهذا التأثير.

التأثير غير الواعي لوسائل الاتصال على طرق تفكير الإنسان يدل بوضوح على مدى التعقيد الكبير لعملية هذا التأثير. فالإنسان لا يستطيع تحديد وطريقة التأثير على طريقة تفكيره وتعبيره. ففي علمية القراءة -على سبيل المثال- (وهي عملية أقل تعقيداً من استعمال مواقع التواصل الاجتماعي) يقوم العقل البشري بعمل كبير وسريع يتجاوز قدرة العقل على مجاراة سرعته لاستيعاب حجم التأثير، لذا يسمي ليونارد شلين Leonard Shlain هذه العملية بالعملية الاختزالية (4-5). أيضاً هذا التعقيد الكبير واللاواعي في عملية تأثير وسائل الاتصال على طرق تفكير وتعبير الإنسان جعل هذا التأثير يستهلك وقتاً طويلاً ليحدث. هذا الوقت قد يستمر لأجيال بعد أجيال كما هو الحال في الكتابة التي لم يكتمل تأثيرها على الفرد والثقافة والمجتمع إلا مع ظهور الكتابة. يذكر لانس سترات Lance Strate أن العديد من تأثيرات الكتابة لم تترسخ بشكل كامل حتى ثورة الطباعة في أوائل أوروبا الحديثة. بالنسبة إلى سترات، استمر الحفظ في كونه حيويًا في ثقافة الكتابة بسبب نقص معدات الكتابة (24). ولكن الحال مع مواقع التواصل الاجتماعي مختلفاً من حيث توافر المعدات (الأجهزة).

اليوم أصبح استعمال التقنيات الحديثة في العملية الاتصالية متزايداً وطاقياً على حياة الإنسان، والسبب الرئيسي هو توفر الإنترنت في كل مكان يصل إليه الإنسان. فأغلب الأجهزة التي يستعملها الإنسان خلال يومه أصبحت تحوي خدمات شبكية. وأصبح أجهزة الاتصال المحمولة (الجوالات) جزءاً من جسد الفرد أو -بشكل أدق- جزءاً من عقله. ووفقاً لـ Vaterlaus وزملاؤه فالشباب البالغ يقضي ما يصل إلى 12 ساعة في اليوم على التقنيات الحديثة (101). وهذا يعني سهولة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على طرق تفكيرهم وتعبيرهم.

وترى سوينقل أن Alpha هي الموجة الدماغية الأكثر تفرداً فهي مرتبطة بكل شيء: الذكاء، والانجذاب، والابتكار، والتدهور المعرفي المرتبط بالعمر. وتضيف سوينقل Swingle أنها تجعل الفرد يريد فقط الكمية المناسبة بالسعة الصحيحة، وبالنسبة الصحيحة، وفي ظروف مناسبة، وفي الموقع الأيمن من الدماغ (٦٣). إن التغيير في المسار الذي تحدثه Alpha يشير إلى تغيير في طريقة التفكير والتعبير. وارتباط وسائط الاتصال بالعقل هو ارتباط وثيق من أول وسيط اتصالي عرفه الإنسان. يهتم لوينارد شلين بهذا الارتباط ويتوسع في دراسته. بالنسبة له فالتحدث يحتاج إلى تعاون نصفي الدماغ. على الرغم من أن الكلام يتولد في المقام الأول من الدماغ الأيسر المهيمن، إلا أن النطق يتطلب تنشيط العضلات التي يتحكم فيها كلا نصفي الكرة الأرضية بالتساوي. تتفاعل المستقبلات الضوئية لشبكة العين عندما يتحدث الإنسان ويستمع؛ وفي كثير من الحالات، تعي عين المستمع معنى رسالة المتحدث أكثر مما تعيه أذنه. الإيماءة هي أيضاً نشاط ثنائي بمشاركة كلتا اليدين. ويختلف دورهم اعتماداً على المحتوى العاطفي للمحادثة والخلفية العرقية للمتحدثين، لكن الإيماءات موجودة دائماً. وعندما بدأت الكلمات المكتوبة تحل محل الكلمات المنطوقة، زادت هيمنة الجزء الأيسر من الدماغ بشكل ملحوظ. فالفرد يستعمل للكتابة والقراءة في المقام الأول نصف الكرة الأيسر. وقد قللت معرفة القراءة والكتابة من الدور التكميلي للدماغ الأيمن في خلق وفك رموز اللغة، مما أدى إلى استبعاد أهمية كل من قضبان الشبكية واليد اليسرى (٤٠). إن هذا الربط الذي يربطه شلين بين الدماغ والوسيط الاتصالي هو ربط علمي فسيولوجي. بمعنى أن أجزاء عمل العقل مع الرسالة تختلف باختلاف الوسيط الاتصالي. ونستطيع من خلال هذا التحليل استنتاج الآتي: إن الاعتماد على النصف الأيسر من الكرة الأرضية يخلق طريقة تفكير تحليلية تعتمد فيها على التجريد، والاستنباط، والتجزئة، والسببية، والموضوعية، والعقلانية. هذه هي خصائص الدماغ الأيسر وكما هو ملاحظ في لا تعتمد على حضور الآخر للتعامل مع المعرفة. فكتب الكتاب سيكون غير موجود وقت تلقيه من المستقبل. إن الاعتماد على النصف الأيسر من الدماغ يؤدي إلى عزلة القارئ (ليقرأ) وهذا يؤدي إلى ما يسمى بالفردية. وأدت في نهاية الأمر إلى الفردانية Individualism والتي لم تظهر في التاريخ البشري إلا بعد انتشار محو الأمية. ولكن لا بد من الوعي من أن العملية المعقدة لوظيفة ودور نصفي الكرة المخية لا يمكن أن تحقق نتائجها في وقت الانتقال قصير، لأن المعرفة يتلقاها المستقبل يعالجها عقله بوصفها معرفة مرتبطة بالوسيط المهيمن على نقل المعرفة من زمن طويل. لهذا فوسائل التواصل الاجتماعي تحتاج لزمن طويل حتى تكون الوسيط الرئيس لنقل المعرفة، ومن ثم تتشكل وتُخلق معرفة جديدة تناسب خصائصها، وبعدها بزمن يبدأ التأثير على طرق تفكير وتعبير الإنسان. ولكن أيضاً تبدأ بعض آثارها على طرق تفكير الإنسان وتعبيره بالظهور كما حدث في

المرحلة الانتقالية من الشفاهية للكتابية. ولكشف وتحديد التغيير الذي تحدثه وسائل التواصل الاجتماعي على طرق التفكير والتعبير سيركز هذا القسم من الورقة على ثلاثة جوانب: الانفتاح، الديمومة والاستمرارية، وتغير المفاهيم. وقد تحددت هذه الجوانب من الخصائص المشتركة بين X، وFacebook، وWhatsApp. فبالنظر إلى القسم السابق من هذه الورقة سيجد القارئ أنهم جميعاً منفتحين على جميع الدول والثقافات، مما سهل من تناقل الثقافات وتنوع المعارف. وكذلك متاحون في كل حين ومكان دون انقطاع. وأخيراً تغيرت كثير من المفاهيم كمفهوم الإعجاب والصدقة على سبيل المثال.

### الانفتاح:

أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدم أن يعرف معلومات شخصية عن الآخرين دون حاجة طلب إذنهم للوصول لهذه المعلومات، بل أيضاً قد يحصل على هذه المعلومات دون معرفتهم بهذا. يذكر بازاروف ونشوي (Bazarova & Choi) أن خاصية كشف الذات التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين تتعارض مع المفاهيم التقليدية. ويفرقون بين الطريقة التقليدية للكشف عن الذات والطريقة الرقمية، فالطريقة التقليدية تُحتم الاتصال الثنائي للكشف عن الذات. والكشف عن الحياة الخاصة للآخرين تعني تغييراً في معنى الخصوصية. فمن التعبير عن المشاعر والآراء الشخصية العميقة إلى توثيق تفاصيل الحياة اليومية، فإن هذا النوع من الإفصاح العام عن الذات الذي تُشارك مع جماهير متعددة ومتنوعة وغير محددة غالباً يطمس الحدود بين ما هو عام وما هو خاص (٦٣٥). بل هي الطريق لتقليل أهمية الخصوصية. فعندما يقرر مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي أن يتواصل شخصياً مع مستخدم آخر (لا يعرفه قبل هذا الاتصال) فاستطاعته أن يعرف عنه بعض المعلومات الشخصية الأساسية كالدين، والاهتمامات، والتوجهات، وغيرها قبل البدء في المحادثة. وهذا لا يعيد تشكيل طرق بناء العلاقات الاجتماعية بالنسبة للجيل الذي يعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع بعضهم البعض فحسب، بل أيضاً يغير مفهوم المجتمع وارتباطاته بمجموعة من المصطلحات كالمكان والزمن، ونتيجة لهذا فمن الممكن أن تحد مواقع التواصل الاجتماعي من التواصل بين الناس في الأماكن العامة خلال الحياة اليومية لأنهم لا يستطيعون معرفة من هم قبل الحديث معهم. وتتضح مدى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير مفهوم المجتمع وبناء العلاقات بالنظر المتمعن والدراس لمفهومي العام والخاص والتغيرات التي طرأت على المفهومين وأسباب هذه التغيرات لدى كل من يورغن هابرماس (Jürgen Habermas) وحنّا أردنت (Hannah Arendt)، وقد أرجأت الورقة الحديث عن هذين المفهومين لمبحث "تغيير المفاهيم" في هذا القسم لمناسبته لذلك القسم وشموليته.

إن هذا المجتمع الجديد في مواقع التواصل الاجتماعي والذي أحدثه الانفتاح، بدأت به فكرة انفتاحية أخرى وهي فتح الباب على مصراعيه لحق الوجود للمختلف.

تعد وسائل التواصل الاجتماعي مساحة للجميع بغض النظر عن عرقهم أو دينهم أو أولوياتهم وما إلى ذلك. وعلى الرغم من أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يحتاجون إلى معرفة الشخص الذي يرغبون في التواصل معه، إلا أنهم يثقون بما كتبوه عن أنفسهم. إن خاصية وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت متاحة للجميع تدفع المستخدمين إلى أن يكونوا منفتحين على الجميع أيضاً. ولهذا فإن التأكد من المعلومات التي يكتبها الشخص عن نفسه ليس مهماً لأنه يقلل من السرعة التي تتميز بها وسائل التواصل الاجتماعي. ولهذا تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي المكان الأمثل لنشر الأخبار الكاذبة والمغالطات والشائعات. على سبيل المثال -وكما يريا جو وتنغ (Joo Tang-Mui & Chan-Eang Teng)- يُنظر إلى فيسبوك على أنه المصدر الرئيسي للمعلومات بدءاً من الأخبار الشخصية وحتى الأخبار العالمية دون التحقق من مصداقيتها (٤١). الأمر يتعلق بالمرسلين وليس المحتوى.

فمما عززته مواقع التواصل الاجتماعي هي الانفتاح على الآراء، والأفكار، والثقافات المختلفة، فالتواصل بين المستخدمين يقوم بناء على نقاط اشتراك في الاهتمام محددة قد لا تكون الأديان والثقافات من ضمن هذه النقاط، أنها تعتمد على الالتقاء بين الأشخاص بناء على الاهتمامات وبعيداً عن مدى التوافق الثقافي والبيئي، فمثلاً يجد المهتم بكرة القدم أشخاصاً لديهم ذات الميول للنادي الرياضي أو اللاعب دون الاعتبار بالخلفية الثقافية والعرقية للمستخدم الآخر. فالاعتبار الأهم في العملية الاتصالية التقليدية الشفاهية (وجود المستقبل حال إرسال الرسالة) ليست ذات أهمية في عالم التواصل الاجتماعي، وأيضاً إمكانية حدوث رجوع الصدى بعد فترة (طويلة أو قصيرة) من كتابة المنشور على موقع التواصل الاجتماعي، هي خصيصة ذات فاعلية عالية جداً من طرق التواصل التقليدية الكتابية. إن المسافة المكانية لم تعد عائقاً للتواصل المباشر بين الأشخاص كما كانت في الثقافات الشفاهية والكتابية والطباعية، وعليه يؤكد جو وتنغ إلى أن المستخدمين باستطاعتهم التعبير عن آرائهم وأفكارهم باستعمال أدوات اتصال مختلفة وباستعمال أجهزة مختلفة، وبإمكانهم أن يكونوا متصلين عبر الإنترنت طوال الوقت (٣٣). وعلّ فكرة جو وتنغ تشير إلى الارتباط اللصيق بين المستخدم والجهاز، فسهولة استعمال الهواتف المحمولة في التواصل الاجتماعي عززت فكرة الانفتاح، فلم يعد الانفتاح أمراً غريباً لكثرة تعرض المستخدمين للثقافات والآراء المختلفة. وهذا الارتباط المبالغ فيه بين الأفراد والأجهزة التي تساعد وتسهل عملية التواصل الاجتماعي دعمت فكرة الديمومة والاستمرارية.

## الديمومة والانفتاح:

إن من أبرز خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التي أثرت بشكل كبير على طرق تفكير الإنسان وتعبيره هي القدرة على القدرة على التواصل الدائم والمستمر على ما يحبه المرء. فرغم أن مواقع التواصل الاجتماعي تُستعمل غالباً من شاشة صغيرة الحجم إلا أنها زودت مستعمليها بخيارات لا نهائية لتجعلهم مستمتعين بشكل مستمر. يؤكد سوينقل Swingle على فكرة ديمومة الإنترنت للفرد وأنه دائماً متاح وقابل للوصول (١٢). وتأكيده سوينقل على هذه النقطة تعني أنه تجاوز عقبات كانت موجودة سابقاً كالزمان والمكان. إن هذه الاستمرارية التي تحظى بها مواقع التواصل الاجتماعي قد شكلت العقل البشري بها. فهي تجعل العقل متسارعاً (١١). ولكن كيف هذا؟ إن العقل البشري المستعمل بشكل مستمر مواقع التواصل الاجتماعي يرغب في أن تكون جميع جوانب حياته بهذا المنوال، وهي أن ينزل كل شيء على أرض الواقع وفقاً لهواه كما يحدث له على مواقع التواصل الاجتماعي. فكل شيء يجب أن يكون قابل للوصول، وسريع الحصول عليه، ومنتاح في كل وقت وحين، وممتع، ولا نهائي، يذكر سوينقل أن عملية الوسيط الرقمي مجموعة في كلمة جَدَاب، فهي تجذب الإنسان إليها. وهذا الجذب أو الانسحاب لها -بحد قوله- هو ما يجعل التقنية الرقمية لديها القوة والقدرة على تغيير السلوك البشري (١١). وكما ذكرت هذه الورقة أعلاه، فتغيير السلوك الإنساني تشير إلى تغيير في طرق التفكير والتعبير. بالنسبة لسوينقل، فمستخدمو الوسائط الرقمية يمكن أن يقعوا في شرك الترقب أو التوقع العالي ولا يشعرون بالرضا أبداً؛ لأن هناك إمكانية لا نهاية لها لتحقيق المزيد (١٤). على سبيل المثال، بسبب السرعة التي تتميز بها الوسائط الرقمية، يميل الناس نحو سرعة المشاركة في العلاقات. لكن في الحياة الواقعية، لا تُبنى العلاقات بهذه الطريقة، والحياة ليست دائماً في صالح المرء. ولهذا السبب، تخلق وسائل التواصل الاجتماعي شعوراً بعدم الرضا لدى مستخدميها.

شدد بعض الباحثين في تأثيرات المواقع الرقمية للتواصل على حالة عدم الرضا الذي تسببه مواقع التواصل الاجتماعي لمستعمليها. فيذكر ميليسا هونت (Melissa Hunt)، وراشيل ماركس (Rachel Marx)، وكورتني ليبسون (Courtney Lipson)، وجوردن يونغ (Jordyn Young) أن استعمال مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى انخفاض في الرفاهية (٧٥٢). ورغم أنهم لم يذكروا في بحثهم صراحة أن السبب خصائص مواقع التواصل الاجتماعي إلا أننا نجد جو وتغ يذكرون صراحة أن مستخدمي Facebook يصبحون غير راضين وسبب عدم رضاهم هو المقارن التي يجرونها بين حياتهم وحياة الآخرين (١٢). ولكن هل هذا صحيحاً؟ ألا يرى الإنسان قبل العصر الرقمي في عالم التواصل الاجتماعي حياة الأكثر ترفيهاً من الناس مما

يدفعه لعدم الرضا؟ الجواب دون شك، بلى، ولكن الفرق أن مواقع التواصل الاجتماعي كما أنها جعلت الآخرين يحيون تفاصيل طبقة عالية من المجتمع، فهي أيضاً شكلت عقولهم بخصائصها التي ذكرت قبلاً (السرعة، الترفيه الدائم، الديمومة، الإتاحة، سهولة الوصول، اللانهاية). إن الحياة الواقعية خلف مواقع التواصل الاجتماعي لا يمكن أن يكون فيها متعة لانهاية، فالواجبات -والتي تعد غير ممتعة- هي أكثر ما يحياه الإنسان بها، لذا فعدم الرضا مرتفع. وبهذا بدأت الكثير من المفاهيم بالتغير والتشكل بصيغة جديدة لتناسب المتعة اللانهاية التي تحظى بها مواقع التواصل الاجتماعي، فأصبحنا نسمع عن عدد من المفاهيم الرقمية كالمجتمع الرقمي.

### تغير المفاهيم:

كما اتضح من استعراض نظريات بيئة وسائط الاتصال سابقاً في هذه الورقات، فوسائل التواصل الاجتماعي الرقمية أدت إلى تغير السلوك البشري، والجدير بالذكر أن هذا التغير في السلوك البشري أسهم في تغيير بعض المفاهيم. يذكر جو أن تنغ أن صفات سلوك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عرضه للتغيير عن طريق سياق البيئة الرقمية فيما يتعلق بكيفية التواصل (٢٨)، فصفتي الديمومة والاستمرارية الخاصتين بمواقع التواصل الاجتماعي لم تجعل المستخدمين غير راضين فقط، بل جعلتهم يتوقعون أن يعطوا ويأخذوا أكثر من الأشخاص الذين لا يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي. فباستطاعتهم أن يعرفوا أخبار العالم من خلال صورة واحد فقط، أو مقطع فيديو قصير جداً، أو سطر أو سطرين مكتوبة على موقع التواصل الاجتماعي وفي ذات لحظة الحدث، إن سلوك الاستجابة لحدث ما (ظاهر على مواقع التواصل الاجتماعي) اختلف عنه قبل الثورة الرقمية. فعلى سبيل المثال، أصبح بإمكانهم إظهار ردة فعل فورية، متماسكة بشكل أكبر مع المجتمع الرقمي. فما حدث في الربيع العربي لأعظم دليل على سرعة الاستجابة، فالحديث عن الربيع العربي هو حديث عن ملايين قبلوا دعوات التظاهر في وقت قياسي. ورغم أنهم لم ينفصلوا كلياً عن الواقع المعاش، فقط جلبوا أيضاً وغيروا عدداً من المفاهيم السائدة قبل الثورة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي، كالمفهوم الجديد للمجتمع: المجتمع الرقمي.

إضافة إلى التغيير في السلوك البشري فمفهوم المجتمع من أكثر المفاهيم تغيراً، بالنسبة لتريشا لن (Trisha Lin)، وفيكي تشي (Vicki Chiu)، وويندي لم (Wendy Lim) فمواقع التواصل الاجتماعي جلبت فكرة المجتمع الرقمي ومجتمع الإنترنت (٢٢١). فعندما ينوي مستخدماً لمواقع التواصل الاجتماعي التواصل مع الآخرين، فاجتماعه بهم على أرض الواقع هو أمر خارج نطاق احتياجه، بل وخارج نطاق العملية الاتصالية.

ويريا جو وتنغ أن موقع التواصل الاجتماعي Facebook ما هو إلا آلية للتعرف على الأصدقاء الجدد وليس للأصدقاء المقربين (٢٨). ولارتباط تكوين الأصدقاء بالتكوين الاجتماعي في مواقع التواصل الاجتماعي فقط اندمجت حدود الصداقات مع حدود المجتمع لذا نرى صفحات وحسابات لفئات محددة إما لمعجبي فريق رياضي، أو لممثل أو ممثلة، أو لقضية من القضايا، ... إلخ. فأصبح صلب معنى المجتمع قد تغير، فأصبحت مجتمعات أكثر تخصصية من المجتمعات التقليدية على أرض الواقع. كما تغير المفهوم العام والخاص للصداقة والمجتمع فقط تغيرت أيضاً طريقة التواصل بين أعضاء المجتمع. وهذا ما أكده جو وتنغ، فالنسبة لهما فالفاعل بين الأصدقاء الرقميين وأعضاء العائلة الواحد قد تغير (٢٨). فبمجرد أن يرى مستخدماً لمواقع التواصل الاجتماعي قريباً له قد طرح منشوراً شخصياً على حسابه الشخصي فهذا يُعد توصلاً بين الطرفين حتى وإن لم يتفاعل المستخدم من المنشور برد أو إعجاب أو إعادة نشر. إن هذا النوع من التواصل (رؤية منشور مستخدم آخر) لا يتطلب معرفة الاتصال بين الطرفين. والجدير بالذكر هنا هو استذكار مفهومان تغيرا بسبب تغير أدوات الاتصال عبر التاريخ، هذان المفهومان هما: العام والخاص، فهما مفهومان واسعان ويشملن كثيراً من المفاهيم ويترتب على تغيرها تغير كثير من المفاهيم كالمجتمع، والعمل، والصداقة، ... إلخ. وقد ركز كل من يرغن هابرماس و حنا أرندت على هذين المفهومين وطريقة تحولهما من خلال عرض تاريخي موجز.

يورغن هابرماس و حنا أرندت دراسا التطور الدلالي لمفهومي الخاص والعام على مر التاريخ، والبعدان الفلسفيان لهما في النظر لتطور هذين المصطلحين يفتحان آفاقاً فلسفية تفضي بتنبؤات أدق من مجرد النظر في التناغم الكمي ودلالاته. ومن فضلة القول الإشارة إلى أن هابرماس وأرندت يفرقان بين مفهومي الخاص والعام، وكلاهما يريان أن الدمج بينهما يفضيان إلى عدة أزمات معيشية. وقبل الانتقال إلى التغيير الذي طرأ على المجال العام لا بد من بيان بعض دلالاته. ففي كتابه "التحول البنائي للمجال العام: تساؤل عن طبقة المجتمع البرجوازي (The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society)"، يذكر هابرماس أننا نسمي الأحداث والمناسبات "عامّة" عندما تكون مفتوحة للجميع، على عكس الشؤون المغلقة أو الحصرية كحديثنا عن الأماكن العامة أو المنازل العامة (١). لا يهم هذه الورقة الغرق التفصيلي في تحليل هابرماس الفلسفي لمعنى الخاص والعام، ولكن يعينها تأصيله للمعنى عند نشأته. فهابرماس أرجع فكرة المجال العام إلى الفترة الكلاسيكية. ففي الدولة اليونانية القديمة، كان هناك فصل لنطاق البوليس (Polis) بشكل صارم عن نطاق أويكوس (Oikos)؛ ففي نطاق أويكوس يكون كل فرد في مملكته الخاصة. أما الحياة العامة أو ما أسماه بـ (bios politikos) فقد استمرت

في الأسواق، لكن هذا لا يعني بالطبع أنها حدثت بالضرورة في هذا المكان المحدد فقط، ولكنها -حسب هابرماس- تشكلت أيضاً في المناقشات، وقاعات المحاكم، وكذلك في العمل المشترك (٣). والمجال العام هو المكان الذي حددت فيه الفضائل التي قام أرسطو بتحديددها، ويرى هابرماس أنها لا تحظى بالاعتراف إلا بعد إقرارها في المجال العام (٤). ويؤكد هابرماس أن المفهوم بدأ بالتغير في العصور الوسطى ويعزوا هذا التغير لعوامل اقتصادية (٥). بل ويعزوا تغير النظام الاجتماعي الذي حدث مع ظهور التجارة الرأسمالية للعامل الاقتصادي أيضاً (١٤). ولكنه بعد هذا التغير الأخير يجعل الدخول السياسي والاقتصادي عاملان آخران يوجهان معنى المجتمع كنظرته لظهور المجتمع المدني بوصفه نتيجة لبروز الدولة غير الشخصية (١٩). إن أي تغيير في مفهوم الخاص والعام يجر معه بالأحرى تغييراً في مفهومي الانفتاح والانغلاق، فكون هابرماس - كما تقدم- وصف العام بأنه ما يحدث للعموم (سواء في السوق أو في قاعات المحاكم) فمعناه أنه مدعاة لأن يظهر للعام، وأما ما يحدث في الخاص فهو أقرب لمفهوم الانغلاق إذ أنه ليس متاحاً للعام. وبالعودة لمواقع التواصل الاجتماعي وطريقة بناء الصداقات فيها وكذلك المجتمعات، فقد أصبحت مواقع تحول من الخاص للعام، فالصداقة -على سبيل المثال- هي حالة محصورة بين شخصين، ويتبادل الشخصان معلومات عن بعضهما البعض في ظل الخاص لا العام، ولكن ما أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي أن هذه المعلومات انتقلت من الخاص للعام، وأخذت موقعاً مختلفاً في ترتيب بناء العلاقة. فأصبحت الصفات الشخصية تداول أولاً، ثم تبنى العلاقة لاحقاً وتتحدد صورتها. ولم تخرج أرندت كثيراً عن معنى المجال العام عند هابرماس إلا أنها حاولت أن تقوم بطريقة من جهة مختلفة قليلاً عن هابرماس.

وكما تقدم الزمن تنوعت التقنيات التي يستعملها الإنسان للاتصال، وتجر الوسيلة الجديدة مفاهيم جديدة فضلاً عن تغير كثير من المفاهيم السابقة والتي من ضمنها العام والخاص. وفي كتابها *The Human Condition*، تؤكد أرندت أن التغير الذي طرأ على مفهوم المجتمع بدأ قديماً، ولكنه أخذ بالتغير الكلي في عصر الحداثة *Modernity* (٢٨)، وهو العصر الذي حدث فيه ثورة في عالم وسائط الاتصال، كظهور الصحافة في النظام التجاري الرأسمالي المبكر. ظهرت المجالات الأولى بالمعنى الدقيق للكلمة، والتي يطلق "المجلات السياسية"، أسبوعياً في البداية، ويوميًا في وقت مبكر من منتصف القرن السابع عشر (Habermas ٢٠). وقد ظهرت الصحافة وسيطاً اتصالياً ليقرأها الجمهور. ولهذا ينبغي أن يكون لها تأثير على الجمهور. لكن اهتمام السلطات الجديدة (التي لم يمض وقت طويل حتى بدأت في استخدام الصحافة لأغراض إدارة الدولة) كان ذا أهمية أكبر بكثير. وبقدر ما استخدموا هذه الأداة لإصدار التعليمات والأوامر، أصبح المخاطبون بإعلانات السلطات حقاً "الجمهور" بالمعنى الصحيح (٢٠). ويمكن قول هذا عن ظهور

التلفزيون والإذاعة. وتستخدم هذه كوسيلة للوصول إلى الجمهور والتأثير عليه. فلسفة أرندت عن العام والخاص تدور حول اندماج مهام العام للخاص واضطلاح الخاص بمهام العام مما نتج عنه ارتباطاً شديداً وأصبحت بعض مفاهيم العام امتداداً لمفهوم الخاص كمفهوم "الأمة" الذي أصبح امتداداً لمفهوم "المجتمع" (Arendt ٢٩). وعلى كل حال فبالاستفادة من الفلسفتين التي أنتجها هابرماس وأرندت عن العام والخاص نجد أن المجتمعات وتقسيماتها وتحديد معالمها ومهامها هي نتيجة لتفاعلات متعالية على الزمان والمكان ومرتبطة بالأفكار والتي تُشكل عن طريق الوسيط الاتصالي، وقد كانت سابقة نتاجات للفكر النخبوي، أما في العصر الرقمي فقد هيمن العقل الشعبي المهمش عن المشاركة في التكوين الاجتماعي وسياقاته في تكوين وتغيير العديد من المفاهيم من أبرزها العام والخاص والذي نتج عنه المجتمع الرقمي والصدقة الرقمية.

### الخاتمة

اعتمدت هذه الورقات على المنظور التفسيري الفلسفي، وهدفها من هذا أن تلقي نظرة بانورامية استشرافية للتشكل الفكري والثقافي والاجتماعي المتأثر بالوسائط الاتصالية الرقمية؛ لذا لم تتعمق في التحليل الكمي لكل موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، وإنما استعملت حقل بيئة وسائط الاتصال أداة لقراءة الحاضر وبناء ما يمكن من استشراف المستقبل.

وقد خلصت الورقة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ثورة مختلفة في مجال وسائط الاتصال، مختلفة كل الاختلاف عن كل الوسائط السابقة. فقد غيرت موازين العملية الاتصالية مما أدخل الهامش مواقع النخب وأرجع النخب إلى موقع هو قريب من مواقع الهامش. فعندما يستعمل الهامش مواقع التواصل الاجتماعي فهو يضطلع بدور النخبة في عصور الوسائط الاتصالية السابقة. عندها نجد أن الهامش هو من يبني العلاقات الاجتماعية ويقوم بعملية التحول من العلاقات التقليدية للعلاقات الرقمية. وبهذا تتغير المفاهيم وتتشكل بتصورات مختلفة. ورغم حضور الهامش في عصر الوسائط السابقة<sup>12</sup>، إلا أنه حضور باهت لا يستطيع أن يقود تغييراً في المفاهيم العامة والخاصة.

وبقراءة متأنية لخصائص ثلاثة مواقع للتواصل اجتماعي (X، وFacebook، وWhatsApp)، برز ثلاث صفات وخصائص مشتركة شكلت، وأثرت، وأثارت مستخدميها: الانفتاح، والديمومة والاستمرارية، وتغيير

<sup>12</sup> كحضور الصعاليك في العصر الجاهلي، وكتاب ألف ليلة وليلة في العصر الكتاني والقائمة تطول مع كل وسيط.

المفاهيم. ففوة تأثير الوسيط الاتصالي في العقل البشري تكمن في أنه يسير بطريقة لا واعية. ورغم أنه يستغرق وقتاً طويلاً لتنميط المجتمع بأكمله إلا أنه صعب القياس والتتبع. واليوم مازال على هذه الأرض مجتمعات شفاهية (رغم توفر الأوراق والأخبار بأسعار زهيدة)، وكتابية، وطباعية، وجماهيرية إلكترونية. والتأثير العظيم للوسائط الرقمية قد تبدو بوادره في المجتمعات القادرة على توفير الأجهزة الميسرة لاستعمال هذه الوسائط. والأمر الذي يدعو للتروي في التحليل ويتطلب الرؤية الفلسفية الصلبة للتأمل في هذه التأثيرات أن هذه الثورة في مجال الوسائط الاتصالية لم تهدأ بعد. فما زال العالم يستقبل بين حين وآخر مواقع للتواصل الاجتماعي بسمات مختلفة، وعلّ هذا ما يجعل الأمر أكثر إثارة وغموضاً لتحليل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الإنسان، والمجتمع، والفكر، والثقافة. فقديمًا كانت المشافهة قولاً واحداً بخصائص ثابتة مهما اختلفت اللهجة واللغة، وكذلك الكتابة والطباعة، وأتت الوسائط الجماهيرية بوسيلتين فقط (الراديو والتلفزيون)، ولكن الوسائط الرقمية أتت بعدد كبير من المواقع المختلفة كلها تستعمل في العملية الاتصالية ولكل موقع خصائصه الخاصة به.

ومما يستوجب النظر أبعد مما نظرت إليه هذه الورقات، هو تأثير هذا التفكير الجديد على مستقبل العلم والمعرفة والفكر. بل وأبعد من ذلك على الاقتصاد، والسياسة.

### قائمة المراجع

1. الجاحظ. الحيوان. تحقيق عبدالسلام هارون، شركة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده بمصر، ١٩٦٥.
2. Arendt, Hannah. (1998). *the Human Condition*. Translated by Margaret Canovan, The University of Chicago Press, Chicago.
3. Bazarova, Natalya N., and Yoon Hyung Choi. "Self-Disclosure in Social Media: Extending the Functional Approach to Disclosure Motivations and Characteristics on Social Network Sites." *Journal of Communication*, vol. 64, no. 4, Aug. 2014, pp. 635–657.
4. Chan-Olmsted, Sylvia M., Cho, Moohee, & Lee, Sangwon. (2013). *User Perceptions of Social Media: A Comparative Study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media*. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3(4), 149-178.

5. Charoensukmongkol, Peerayuth. (2018). The Impact of Social Media on Social Comparison and Envy in Teenagers: The Moderating Role of the Parent Comparing Children and In Group Competition among Friends. *Journal of Child & Family Studies*, 27(1), 69–79.
6. Facebook.com
7. Habermas, Jürgen. (1991). *the Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Bourgeois Society*. Translated by Thomas Burger, The MIT Press, Cambridge.
8. Hunt, Melissa G., Marx, Rachel, Lipson, Courtney, & Young, Jordyn. (2018). No More Fomo: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751-768.
9. Joo, Tang-Mui. & Chan-Eang Teng. (2017). Impacts of Social Media (Facebook) on Human Communication and Relationships: A View on Behavioral Change and Social Unity. *International Journal of Knowledge Content Development & Technology*, 7(4), 27-50.
10. Lin, TrishaT. C., Chiu, Vicki, & Lim, Wendy. (2011). Factors Affecting the Adoption of Social Network Sites: Examining Four Adopter Categories of Singapore’s Working Adults. *Asian Journal of Communication*, 21(3), 221–242.
11. McCulloch, Gretchen. (2019). *Because Internet: Understanding the New Rules of Language*. Riverhead Books.
12. Nye, David. (2006). *Technology Matters: Questions to Live with*. The MIT Press.
13. Ong, Walter J. (2002). *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. Routledge.
14. *The Presence of the Word: Some Prolegomena for Cultural and Religious History*. New Haven and London, Yale University Press, 1967.
15. Palmer, Richard E. (1969). *Hermeneutics: Interpretation Theory in Schleiermacher, Dilthey, Heidegger, and Gadamer*. Northwestern University Press.
16. Postman, Neil. (1992). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. Vintage Books.
17. Shlain, Leonard. *The Alphabet versus the Goddess: The Conflict between Word and Image*. Viking, 1998.
18. Swingle, Mari K. (2016). *I-Minds: How Cell Phones, Computers, Gaming, and Social Media are changing Our Brains, Our Behavior, and the Evolution of Our Species*. New Society Publishers.
19. Twitter.com

- 
20. Vaterlaus, J. Mitchell., Patten, Emily V., Roche, Cesia., Young, Jimmy A. (2015). #Gettinghealthy: The perceived influence of social media on young adult health behaviors. *Computers in Human Behavior*, 45, pp. 151-157.
  21. wearesocial.com
  22. Whatapp.com
  23. Zolkepli, Izzal Asnira, and Yusniza Kamarulzaman. (2015). Social Media Adoption: The Role of Media Needs and Innovation Characteristics. *Computers in Human Behavior*, 43, 189–209.