

الإعلام الجديد و التحولات السوسيو - اتنوبولوجية للمجتمع الجزائري.
" دراسة تحليلية لمنظومة القيم "

الاسم	اللقب	التخصص	الرتبة و الوظيفة	المؤسسة
عبد القادر	مالفي	فلسفة الاتصال	أستاذ محاضر أ-	جامعة مستغانم
ب. أعضاء الفريق				
الاسم	اللقب	التخصص	الرتبة و الوظيفة	المؤسسة
حفيفة	بوخاري	علوم الإعلام و الاتصال	أستاذ مساعد أ-	جامعة مستغانم
محمد نذير	عبد الله ثاني	علوم الإعلام و الاتصال	أستاذ محاضر ب-	جامعة مستغانم

يندرج مشروع البحث ضمن بحوث الإعلام و الاتصال محاولين في ذلك إدراك مدى تأثير و سائل الإعلام الجديدة و تطبيقاتها بشبكة الأنترنت على مستخدميه، مستندين في الدراسة على المقاربات السوسيو - الأنتروبولوجية، مثل هذه المقاربات تمكننا من إدراك حجم هذه التحولات في كل من دلالاتها الكمية و الكيفية، خاصة و أننا سنقف على المعطيات الكمية و البحث عن دلالاتها الكيفية من خلال الصيغ الرمزية المبثوثة بالمضامين الرسائل الإعلامية، التي من شأنها أن تغير من نمط السلوك الفرد الجزائري بعدة مستويات. استخدام تطبيقات الإعلام الجديد و التعرض لمضامينه أحدثنا تحولاً عميقاً على منظومة القيم. منظومة شكلت حجر الزاوية و نقطة التقاء عدة محاور تعمل على رصد هذ التحولات من عدة جوانب و التي ترجمت بالمستويات الثلاث (اجتماعية، ثقافية، سياسية). العملية تستدرج عدة تصورات نظرية تمخضت عن مسعى تنظيري حاولنا من خلاله معالجة علاقة المرسل بالمتلقي و الكيفية التي تُبنى بها الرسالة، التي يراد منها التأثير على المتلقي. وفق ما استخلص من الدراسات التي أُقيمت على المجتمعات و تأثرها بوسائل الاتصال الجماهيرية خاصة الدراسات النقدية التي باشرت بها مدرسة فرانكفورت و الدراسات الوظيفية التي أسندت إلى مدرسة شيكاغو. دراسات بينت كيف يتعرض المتلقي لهذه الوسائل، مع حجم التأثير الذي حققته بالمجتمعات التي خضعت الدراسة، التأثير كان على مستوى القيم الاجتماعية مع مسعى تحقيق الاندماج بين القيم المحلية و القيم الوافدة أو المبثوثة عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري، الشيء ذاته نلتمسه من الدراسات التي أهتمت بالمجتمع الجزائري، خاصة تلك التي درست تعرض المجتمع الجزائري لوسائل الاتصال الجماهيري و كيف أثرت على منظومته القيمة.

في ظل التطورات الحادثة على مستوى تكنولوجيا الإعلام و الاتصال، مع بروز تكنولوجيات حديثة لوسائل الإعلام و الاتصال (NTIC) عند اعتمادها على التكنولوجيات الرقمية التي سمحت بالتدفق الهائل للمعلومات (Flux d'information). انتشار هذه التكنولوجيات و توسع استخدامها، أين أنقلت مقاهي الأنترنت (Cybercafé) من الحي إلى البيوت و من البيوت إلى الجيوب بفعل ابتكار هواتف ذكية جوال (Smartphone). صنعت هذه التكنولوجيات عالماً افتراضياً وفق التطبيقات الجديدة التي وفرها الويب 0.2، مما أدى إلى ظهور شكل جديد من الإعلام، المعرف بالإعلام الجديد الذي ينشط بالأساس على شبكة الأنترنت. شكل تعدت أوجهه و تطبيقاته بفعل التكنولوجيا الرقمية، نجد فرع منه مرتبط بشبكات التواصل التي ما فتت أن ضمت عدة أشكال منها شبكة الفيسبوك التي استقطبت الغالبية الكبرى من المجتمع الجزائري، يضاف إلى ذلك القنوات التلفزيونية التي اختارت لها مواقع على النت مستفيدة من تطبيقات الويب 0.2، التي تسمح بتكرار المشاهدة خاصة البرامج التي لقت رواجاً لدى الجمهور المتلقي، قنوات أصبحت تسمى بالويب تي في (Web TV). يردف إلى ذلك الصحف مع بروز ما يعرف بالصحافة الإلكترونية التي وفرت صياغة تفاعلية مع جمهور القراء، فلدنما في ذلك الصحافة المكتوبة باتخاذها مواقع على شكت الأنترنت مع إعطاء الفرصة لقراءها التفاعل معها، خاصة عندما تتناول القضايا التي ارتبطت بالأحداث الوطنية. أحداث من شأنها أن تؤثر على القراء في تحديد مواقفهم. تأثير نلتمسه من خلال التعليقات التي نستكشف من ورائها تحول المواقف و بالتالي القيم. المجتمع الجزائري ليس في منأى عن هذه التغيرات بفعل

استخدام هذه التكنولوجيات التي تكاثرت كنتائر الخلايا و انتشرت كما تنتشر العدو على حد تعبير **Dan Sperber**. المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات لديه منظومة قيمة توارثت من جيل إلى جيل و مع كل جيل تحور قيمة وفق الشروط الاجتماعية، الثقافية و السياسية التي ترجمت إلى سلوكيات. تجلت هذه الأخيرة **Diaspora** الجديدة التي اصطبغت على المجتمع الجزائري. منه و جب التساؤل عن طبيعة الإعلام الجديد و تحولات سوسيو - أنثروبولوجيا الحادثة بالمجتمع الجزائري و هل ينتج عنه استخدام التقنيات الحديثة للإعلام الجديد تحولات بإمكانها أن تغير من المنظومة القيمة للمجتمع الجزائري ؟

الفرضيات المحورية:

- الفرضية المحورية الأولى ، شبكات التواصل الاجتماعي (الإعلام الجديد) بإمكانه أن يحدث تغيرات على مستوى القيم الاجتماعية، باستبداله القيم القديمة و طرحه لمنظومة قيمة تتجلى في الكيفية التي تبنى بها العلاقات الاجتماعية.

- الفرضية المحورية الثانية، القنوات التلفزيونية (الويب تي في - Web TV -) التي تنشط على شبكات الأنترنت باستخدام تطبيقات وفرها الإعلام الجديد بإمكانها أن تحدث تغيرات على مستوى القيم الثقافية مبرزا مظاهر ثقافية جديدة من شأنها ان تعزز على العمق الثقافي الأصيل و منه الهوية الجزائرية أو تغير من ملامحه الثقافية بإحداثه ثغرات بمستوى القيم مع طمس الهوية الوطنية.

ملاحظة: هنا الفرضية بنيت على صيغة قضية شرطية إما أو

- الفرضية المحورية الثالثة، الصحافة الوطنية التي تنشط على شبكة الأنترنت و التي تصنف ضمن الإعلام الجديد بإمكانه أن تحدث تغيرات على مستوى القيم السياسية، من خلال تفاعل قرائها مع المضامين الإعلامية، التي من شأنها أن تغير المواقف السياسية التي تمس القضايا الوطنية و الإقليمية و العالمية.

5. توزيع المحاور حسب كل باحث

عنوان المحور	المحور
شبكات التواصل الاجتماعي و العلاقات الاجتماعية بالجزائر	1 الباحث عبد القادر مالفى
"دراسة ميدانية على منظومة القيم الاجتماعية"	
الإعلام الجديد و التغيرات الثقافية للمجتمع الجزائري. "دراسة تحليلية للمضامين الإعلامية للقنوات التلفزيونية التي تبث على النت." - قناة الشروق و م بي سي	2 حفيظة بوخاري
4 نموذجاً-	
الإعلام الجديد و أثره على المواقف السياسية لدى الشباب الجزائري. "دراسة تحليلية تأويلية لتفاعل الشباب على النت مع الصحف اليومية التي لديها نسخة إلكترونية -جريدة الخبر و الشروق اليومي نموذجاً-	3 محمد النذير عبد الله ثاني