

مراجعة تاريخية وتقنية لمحتوى وسائط الاتصال الجديدة

د. إسماعيل بن ديبلي جامعة عبد الرحمن ميرة ببجاية

الملخص باللغة العربية:

إن الهدف الأساسي وراء هذه المساهمة، هي إيضاح مفهوم وسائط الاتصال الجديدة والمتجددة مع التركيز على أرضيتها التاريخية والتقنية. نؤكد في هذا الإطار على أهمية فهم تطبيقات الويب 2.0 وتطورها التقني والوظيفي، والتي مهدت الطريقوبشرت بظهور وسائل الاعلام الاجتماعية. لدى فإنه من الضروري على كل من الطلبة والأساتذة فهم الاختلافات الموجودة بين هذه المفاهيم المتعددة والمتشابكة قبل محاولة دراسة الظواهر المرتبطة باستخداماتها. ونشرح في ذات السياق، بأن مواقع شبكات التواصل الاجتماعية ليست ببساطة الشبكات الاجتماعية المعروفة في علم الاجتماع، بحيث أنها تشكل جزء صغير ضمن وسائل الاعلام الاجتماعية.

الملخص باللغة الانجليزية:

The main purpose of this contribution is to clarify the content of new communication mediated with a special emphasis on its historical background and technical roots. We stress the importance of apprehending Web 2.0 applications and its technical and functional development which has paved the way and presage the arrival of the social media. It is inevitable for both students and teachers to understand the differences between this multiple and interrelated notions before trying to study the diverse phenomena related to its uses. We explain that social network sites are not

simply the social network known in sociology, and it constitutes only a small part of social media.

تمهيد:

شهد الواب Web- الذي نعرفه باسم html-،العقدين الأخيرين، طفرة نوعية سواءً على المستوى التكنولوجي أو الوظيفي، لينتج عن هذا التحول ما يعرف بـ (Web 2.0) الذي يمكن القول أنه جزءاً من الانترنت (2.0) التي تضم كل خدمات الواب الجديدة، والتي بفضلها تحول المستخدم إلى فرد نشط ينتج محتوياته ويشاركها مع غيره من المستخدمين، بمعنى آخر يملك القدرة على إنشاء شبكته الخاصة.

وإنطلاقاً من حقيقة أن هذه الثورة الرقمية، وكذا التطورات التكنولوجية تستهدف الإنسان باعتباره كائن إجتماعي إتصالي متفاعل باستمرار مع أعضاء محيطه، كان من الضروري التعرف على انعكاسات وتأثيرات هذه التكنولوجيات على علاقاته الاتصالية والاجتماعية التبرز من خلال تفاعل الأفراد مع التكنولوجيا وتبنيهم لها، لتصبح جزءاً من حياتهم اليومية، وتساهم في تغيير علاقاتهم الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم.

الواب 2.0 هو ظاهرة واحدة تحمل أبعاداً متعددة، إذ يؤكد البعض على البعد التقني، في حين يركز البعض الآخر على الممارسات التحريرية، أما آخرون فيركزون على البعد السوسيولوجي، بحيث يمثل الواب 2.0 تحول التقنيات نحو الخدمات ويمثل كذلك شبكة تفاعلية إجتماعية جديدة، أين يوقع المستخدم وعلاقته بالآخرين كمرحلة أولى، يليها التركيز على المحتويات والآلات، أين يبرز بشكل جلي البعد العلائقي للواب الجديد، وفي هذا الاطار نحاول من خلال هذه المساهمة إيضاح محتوى مفهوم Web 2.0، والجديد الذي نجم عنه على المستويين التكنولوجي والعلائقي، كما سنلقي الضوء كذلك على مفهوم الاعلام الاجتماعي مشيرين في ذات السياق للعلاقة التي تجمع بين المفهومين، وهذا بالإضافة لمفهوم مواقع شبكات التواصل الاجتماعية.

الواب Web 2.0 وإنعكاساته التقنية على المستخدم

عرفت الانترنت تطوراً مذهلاً في السنوات الأخيرة، عكست فكرة أننا في الجيل الثاني لخدمات وإستخدامات الانترنت، حيث تشير تسمية Web2.0 إلى مجموعة إستخدامات جديدة لـ Web تحمل صفة مشتركة بينها، وهي إنتاج المحتويات من طرف المستخدمين أنفسهم وتحمل مبدأ: « Tous émetteurs, tous connectés »

« tous coopérant », كما أنها تحمل ميزة المشاركة والتقاسم (partage) للمحتويات والأفكار والعلاقات والخبرات اليومية¹

يجمع Web2.0 مواقع الشبكات الاجتماعية مثل facebook و MySpace والمدونات ومواقع تشارك المحتويات (wikis) والعوالم الافتراضية second life والقواعد والمنصات مثل google وغيرها... وعليه، يؤكد بعض الباحثين أن Web2.0 ليس ثورة تقنية بقدر ما هو تحول تدريجي لاستخدامات Web التي كانت لمدة طويلة مركزة علي نموذج بث مهيكل من طرف مؤردي الخدمات والمحتويات بحيثتم التعبير عن هذا التحول في العالم الافتراضي من خلال الانتقال من نمط (قراءة فقط) إلى نمط (قراءة، كتابة) في إشارة واضحة لإنتاج المحتويات بدل استهلاكها فقط²، فقد عرفت فترة التسعينات هيمنة وإحتكار ناشري المحتويات على الواب واقتصر الأمر على الذين يتحكمون في الكمبيوتر ComfortableWithComputing دون غيرهم.

ظهر مفهوم Web2.0 للمرة الأولى خلال محاضرة brainstorming بين مؤسستين O'Reilly و Media live international، بحيث تم طرحه من قبل Dale Dougherty عضو في مؤسسة Tim O'Reilly سنة 2005، والذي إعتبره مرادفاً للتفاعلية وأنه يُشكل "ثقافة مشتركة بين مستخدمي الانترنت الذين يعبرون عن أنفسهم عبر المجتمعات الافتراضية والشبكات الاجتماعية، التي تحمل ملامح خاصة بكل فرد كلفة إبداعية وسلوكيات تعاونية وقواعد ومعايير بالإضافة إلى تطبيقات مختلفة"³.

يبدوا أن، Web2.0 ليس له حدود محددة ومعروفة ولكنه يحمل مركز ثقل يحوم حوله مجموعة من الممارسات والمبادئ، حيث تم محاولة تحديده من خلال بعدين أساسيين هما:

1- البعد التكنولوجي: حيث أن التطبيقات مقدمة كخدمات وليس كمنتجات، وهذا النوع من التكنولوجيا يعطي واجهات جديدة للمستخدمين، غنية وتفاعلية.

¹Bernard Huyghe : «Facebook, Twitter, Al-jazzera et le « printemps arabe », Institut de relations internationales et stratégiques, 4 avril 2011, p : 3.

²Andrew Bibby : « Relations sociales et dialogues social dans le Monde du Web 2.0 », Rapport rédigée par Andrew Bibby, Publication de Commission européenne, 2008, p :5.

³Bayn, Nancy K: Tune in, Log on: "Soap fandom, and online community Thousand Oakes", Sage publication, 2000, p 249.

2- البعد العلاقاقي الاجتماعي: Web2.0 مبني على تصميم تشاركي، حيث أن تدخل المستخدمين في الشبكة أساسي أين يضيفون قيمة عندما يضعون التعليقات أو يعبرون عن رأيهم أو يتقاسمون خبراتهم ومعارفهم مع الآخرين.¹

على هذا الأساس، يلاحظ الدارسون زيادة ممارسات المبحرين في الإنترنت ونمو المجتمعات الافتراضية، التي ينشأ المستخدمين من خلالها ويتقاسمون ويناقشون ويتعاونون حول نفس مركز الاهتمام، فالمنصات العلاقاكية تشكل فضاءات واسعة للأشخاص المشاركين فيها، والذين يطورون من خلالها هويتهم الالكترونية.

ويشير استخدام كلمة Web2.0 حسب Kaplan et Haenlein لوصف ما يلي²:

« Décrire la nouvelle façon dont les développeurs de logiciels et les consommateurs (utilisateurs) commençaient à utiliser le world wide web, c'est-à-dire comme une plateforme qui prévoit que le contenu et les applications ne sont plus créés et publiés par des individus, mais plutôt modifiés continuellement par tous les utilisateurs dans une mode participative et collaborative »

يرى Weber أن هذا الجيل الجديد من الإنترنت هو أكثر إجتماعية بحيث يطلق عليه تسمية Web social والذي يعدّ فضاء إجتماعي أو espace de socialisation وأعتبره كل من Kaplan et Haenlein قاعدة ومنصة تعتمد عليها الإعلام الإجتماعي médias sociaux في تطوره.

إن القدرة على النشر التي وفرها Web2.0 للأفراد من خلال المدونات مثلا (blogs) وإمكانية التفاعل بينهم وبين زوار المواقع فتح المجال أمام موجة إستخدامات جديدة لـ (Web)، ومنحت فيه الكلمة للمستخدمين.¹

¹Girard Aurélie : Réseaux sociaux Numériques, Revue de littérature et perspectives de Recherche, Doctorante université Montpellier 2, France, 2010, p : 3.

²Kaplan ET Haenlein: "Uses of the world, Unite? The challenges and opportunities of social media", Business Horizons, Vol 53-68 n 1, 2010, p: 59.

من هذا المنظور، وبعد إنتشار المدونات الالكترونية، ظهرت مواقع الشبكات الاجتماعية التي سمحت بالمضي قدماً، وسهلت إنشاء روابط شخصية من خلال فضاء الانترنت، وأيضاً من خلال تقاسم المعلومات والصور والمحتويات عامة مع جماعات الأصدقاء ومع الغرباء وتوسع ذلك واتضح أكثر مع user (UGC) generated contents أو ما يعني المحتويات المولدة من طرف المستخدمين أنفسهم.

إن معظم تطبيقات وبرامج Web2.0، هي في الحقيقة نسخ معدلة ومطورة للبرامج الموجودة سابقاً والتي تم تجريبها منه، إذ لا تكمن الجدة في التقنية فقط وإنما في إستخدامات Web الجديدة التي يمكن رصدها من خلال الصفات والمميزات التي تم إضافتها على Web2.0 نذكر منها Web participatif- contributif- « interactif- coopératif- communautaire »²

تطور مفهوم الإعلام الاجتماعي Social media كسياق اتصالي جديد ومتجدد

حتى تتمكن من فهم ماذا يعني مصطلح médiasocial لابدّ علينا كخطوة أولى الرجوع إلى معنى média والذي يعني: un support de diffusion massive de l'information ومنه يمكن تقديم التعريف التالي؛³

« Un média social est un support de diffusion massive de l'information qui emprunte exactement toutes les formes et supports existants (texte, image, vidéo, audio...) mais la différence vient peut être de la nature de l'intermédiaire ».

من هذا المنطلق، نريد الإشارة إلى أن كلمة "الإعلام الاجتماعي" لا تعبر فعلاً عن الوظيفة التي تقدمها هذه الوسائط الجديدة، لأنها في الحقيقة تميل بشكل ملفت إلى لعب دور الوسيط الاتصالي أكثر من الاعلامي، بحيث يظهر جلياً تغلب الوظيفة الاتصالية القائمة على الاخذ والرد أو التبادل، لذلك نرى أنه من الضروري مراجعة

¹Gérard Valenduc : Le web 2.0 : un phénomène de société, La lettre Emerit n 57, Fondation Travail-Université, France, 2009, p : 2.

²Ibid. p : 4.

³Hubert Guillard : Comprendre facebook, www.Futura-sciences.com, p :3. Le 26/02/2017.

الترجمات المروجة للمفاهيم الاتصالية والاعلامية في عالمنا العربي، لكن في ظل غياب ذلك، فإننا نجد أنفسنا مجبرين على تبني مفهوم الاعلام الاجتماعي ولو مؤقتا في حدود هذا المقال، فالإعلام الاجتماعي هو مجموعة حوامل أو دعائم رقمية تعطي الكلمة وتسهل البث وهذا ما تعكسه كلمة média، أما كلمة social فهي تستدعي تدخل التبادلات (ملفات، أذواق، آراء...) التي تغذي العلاقات بين الافراد وتساعد في ديمومة التفاعلات الاجتماعية ومنه فإن média social حسب تعريف Frédéric Cavazza¹ هو:

« *Les média sociaux sont des outils et services permettent à des individus d'exprimer (et donc exister) en ligne dans le but de rencontrer, partager...* ».

إذ، أننا نجد في وسائل الإعلام التقليدية مرسل يقوم ببث رسالة واحدة باتجاه هدف معين (جمهور) لكن في الإعلام الاجتماعي كل فرد يعتبر مرسل ومتلقي في نفس الوقت، ويمكن إعتباره وسيلة للتفاعل الاجتماعي بتحول الإتصال إلى محادثة تفاعلية بحيث أن هذه الوسائل الجديدة تمثل كل الإمتدادات prolongements الاجتماعية للفرد.² وعليه، تشير les médias social إلى مختلف النشاطات التي تُدمج التكنولوجيا والتفاعل الاجتماعي وإيجاد المحتويات، وقد عرفها كل من Kaplan et Haenlein ووصفها بأنها:

"مجموعة تطبيقات على الخط تنبني على فلسفة وتكنولوجيا Web2.0 وتسمح

بخلق وتبادل المحتويات المولدة من طرف المستخدمين".³

من هذه الزاوية، يشير مصطلح user generated content للأشكال المتنوعة للمحتويات الإعلامية والاتصالية التي انشأت من طرف المستخدمين لتصبح متوفرة للجميع، كما أن الإعلام الاجتماعي يُمكن الأفراد والجماعات من التعاون في سبيل خلق محتويات الواب contenu Web، إذ ظهر جلياً بأن مستخدمي الشبكة

¹FredericCavazza: panorama des media sociaux, www.Fredericavazza.net, p: 1. Le 25/03/2012.

²Hubert Guillard, Op-Cit, p4.

³Kaplan ET Haenlein: Uses of the world, Unite? the challenges and opportunities of social media, Business Horizons, Vol 53-68 n 1, 2010, p 6.

لم يعودوا مجرد مستهلكين، بل أصبحوا «prosumers»؛ أي مستهلكين ومنتجين في نفس الوقت، وعبر عن ذلك Fayon بالعارة التالية: *«les internautes deviennent consommateurs»*¹

ولهذا، فإنهم ينتجون، ينشرون، يثون، يؤشرون، يتقاسمون، وينتقدون محتويات Web، فمواقع الوآب الجديدة خاصة مع الميزات التي ذُكرت، قد غيرت الطريقة التي من خلالها يستخدم الأفراد الانترنت بحيث أعادت أرضيات الوآب الحالية صياغة كيفية عمل الوآب بإضافة ميزة نشر التعليقات وتقسيم الصفحات والمحتويات والارتباط بمستخدمين آخرين وبناء شبكة إجتماعية ومجتمع على الخط.²

إن قيام أحد المستخدمين في البحث على معلومة ما على الخط، يدخله مباشرة في تفاعلات ونقاشات مع غيرهم المستخدمين الذين يحاولون الإجابة عن تساؤلاته وانشغالاته، وينتج عن ذلك تعارف وإنشاء علاقات إجتماعية متنوعة³؛ مبنية أساساً على روح التعاون esprit de collaboration على الخط، والذي يسمح بخلق رأس مال إجتماعي بين المستخدمين كما هناك إمكانية كبيرة للبحث عن أفراد آخرين يشاركونهم نفس الإهتمامات بحيث يتخذون قرار الإتصال بهم ما يؤدي إلى خلق شبكة علاقاتية واسعة.

يشرح Antony Mayfield الاعلام الاجتماعي بتركيزه على هذه النقاط التي يوفرها وهي⁴:

- 1- المشاركة participation: بحيث أن الاعلام الاجتماعي يجعل المستخدمين يساهمون ويعطون آرائهم وهذا بإزالة الحواجز بين المستخدمين والوسيلة.
- 2- الإنفتاح ouverture: يركز الاعلام الاجتماعي على مبادئ التعاون وتبادل المعلومات حيث أن للجميع إمكانية أن يصبح جزءاً من ذلك لانعدام أي حاجز يمنع الدخول.
- 3- المحادثة conversation: الاعلام الاجتماعي يقوم على مبادئ الحوار والذي ينطوي على الاستماع الجيد، عكس وسائل الاعلام التقليدية التي تميل للرواية raconter أو لتمرير الرسائل فقط.

¹David Fayon : le web 2.0 et au Delà-Nouveau internaute du surfeur a l'acteur, Economica, 2008, p : 30.

²Tom Smith: "The social media revolution", international journal of Market Research, Vol 51, n 4, p: 13.

³Audrey Turcotte : le web 2.0 : mieux le comprendre pour mieux l'utiliser, Cahier de Recherche n 11-12, Montréal, Québec, Mars 2011, p : 10.

⁴Thierry Wellhoff : tous ce que vous avez toujours voulu savoir sur les médias sociaux sans jamais oser le demander, Agence conseil en communication, paris 2009, p : 7.

4- المجتمع communauté: يمكن من خلال الإعلام الاجتماعي تشكيل مجتمعات بشكل سريع من طرف أشخاص يتقاسمون نفس الاهتمامات.

5- الترابط interconnexion: معظم أنواع وسائل الاعلام الاجتماعية تتطور بالترابط وبنسج روابط بين أشخاص ومواقع أخرى.

وضع الباحثون العديد من التقسيمات للمédias sociaux، وهذا أشهرها تقسيم Kaplan et Haenlein للذان يقسمانها إلى ستة أنواع أساسية وهي:¹

1- مشاريع تعاونية مثل wikipedia.

2- المدونات مثل wordpress والمدونات المصغرة مثل Twitter.

3- مجتمعات المحتوى مثل YouTube, flickr

4- مواقع الشبكات الاجتماعية مثل facebook

5- الألعاب الافتراضية مثل city ville

6- العوالم الافتراضية مثل second life

أضاف كل من Kietzmann et all إلى التصنيف الذي ذكرناه، عدد من الوظائف الهيكلية للإعلام الاجتماعي وهي :

الهوية identité، التقاسم partage، الحضور presence، العلاقات relations، السمعة réputation الجماعات groupes.

ويشير الباحثون إلى أن تجسيد فلسفة Web2.0 في الأدوات والخدمات بالجمع بين النشر والتقاسم والمآسة socialisation سمح بظهور نظرة أقل إنبهاراً وسحراً وأكثر براغماتية تسمح بشكل عام للمستخدم بالمبادأة.

ولهذا، فإن المبدأ الأساسي للمédia sociaux يركز على فعل المستخدمين Action ومبادراتهم في المواقع بحيث تتضح في العلاقات، التبادلات، إنشاء جماعات...، حيث يظهر في ذلك المستخدمين هم الذين يهيئون الوسيلة

¹Kaplan ET Haenlein, Op-Cit, p: 32.

ويجعلونها إجتماعية « *ce sont les internautes qui font vivre le média social* »، بحيث نلاحظ أن هذه الوسائل تعطينا قراءة ثانية لكل المواضيع غير التي تعطينا إيهاها الوسيلة الاعلامية الجماهيرية عامة والتي تكون موجّهة من طرف الصحفيين وغيرهم... لكن من خلال médias sociaux تكون قراءتنا موجّهة من قبل علاقاتنا ومشوارنا وتاريخنا... فهذه الوسائل أو المواقع تصبح دون أهمية أولاً توجد أصلاً دون مُستخدمين، فلا يوجد تبادل للمعلومات إن لم يكن هناك تبادل وقبول بين الأشخاص المستخدمين كمرحلة أولى.¹

أما بالنسبة لـ Stenger et Coutant، فإن مصطلح médias sociaux يولّد الكثير من الغموض، لأنه لا يسمح بفهم مختلف المنصّات plateformes بكل تعقيداتها والمجمّعة تحت مُلصق étiquette الاعلام الإجتماعي بحيث يقترحان التعامل مع مواقع الشبكات الاجتماعية كحالة خاصة.²

مواقع شبكات التواصل الإجتماعية (SNSs) - من الأنسجة التقنية إلى الأنسجة الإجتماعية-

جذبت مواقع شبكات التواصل الإجتماعية منذ انطلاقتها، وفي ظرف قياسي ملايين المستخدمين المتحمسين الذين أدمجوها ضمن ممارساتهم اليومية، وهذا راجع للقدرات التكنولوجية المتنوعة التي تدعم عدد عريض من الاهتمامات والممارسات، حيث أنه تم ملاحظة أن هذه المواقع تقوم بالحفاظ على الشبكات الاجتماعية الموجودة سابقاً، كما أنها تسمح بلقاء غرباء إعتياداً على إهتمامات مشتركة ونشاطات وآراء...، فبعض المواقع قادرة على تلبية إحتياجات الجماهير المتنوعة والبعض الآخر يجذب الأشخاص بناءً على لغة أو عرق أو نوع أو دين مشترك، أو حتى هوية وطنية.

محتوى مفهوم مواقع شبكات التواصل الإجتماعية: قبل التطرق لموضوع "مواقع" شبكات التواصل الاجتماعية، رأينا أنه من الضرورة بمكان التطرق لمفهوم الشبكات الاجتماعية أولاً، وهذا من منظور علم الاجتماع بحيث نستعرض التعريف التالي:¹

¹Hubert Guillard, Op-Cit, p :06.

²Stenger Thomas et Coutant Alexandre : « Ces Réseaux Numériques Dits Sociaux », Hermès - cognition-communication-politique, n 59, 2011, p : 9.

¹Mary Creff : Réseaux sociaux : quelles opportunités pour les services d'information, Mémoire INDT T1, Octobre 2010, p : 13.

« Un réseau social est un ensemble de relations entre un ensemble d'acteurs, cet ensemble peut être organisé (une entreprise par exemple) ou non (un réseau d'amis) et ces relations peuvent être de nature fort diverses (pouvoir, échanges de cadeaux, conseil, etc....) spécialisées ou non symétriques ou non ».

يشير الباحثون إلى أن الشبكات الاجتماعية لم تولد مع الفايسبوك وغيره من المواقع ولا حتى مع الانترنت، فمفهوم الشبكة الاجتماعية «réseau social» أو «social network» ظهر لأول مرة في مقال للأنتروبولوجي البريطاني John A. Barnes (1954) وقد تعلق الأمر بأخذه كموضوع دراسة سمات الأفراد ليس من خلال (السن، النوع...)، لكن في المقابل من خلال العلاقات التي ينسجها الأفراد بينهم وتنظيماتها لفهم تشكلها وتطوراتها وآثارها على سلوكيات الأفراد.

وبناءً على هذه الزاوية، فإن مفهوم الشبكات الاجتماعية ليس بجديد، فهو يركز على تاريخ طويل بدأ مع تطور المنهجية الكمية وتحليل الشبكات الاجتماعية social network analysis التي أصبحت ميداناً

قائماً بذاته في العلوم الاجتماعية وتطورت منذ سبعينات القرن الماضي بالنسبة لـ Mercklé¹:

« Les réseaux sociaux sont non pas des infrastructures qui permettent aux individus de se rencontrer ou de communiquer mais des relations que par ces moyens, comme par de nombreux d'autres, ces individus et les groupes sociaux qu'ils composent entretiennent les uns avec les autres »

فحسب هذا التعريف، ليست الشبكات الاجتماعية هيكل فقط، وصورة مصغرة يتفاعل الأفراد من خلالها لكنها أيضاً نسيج علاقتي؛ فما يميز الشبكة الاجتماعية هو البعد الاجتماعي dimension sociale المتمثل في مجمل

¹Pierre Mercklé : les réseaux sociaux, les origines de l'analyse des réseaux sociaux, CNED/ENS-Ish, 2003-2004, p :17.

العلاقات التي تربط الأفراد، وليس البعد الفيزيقي dimension physique المتعلق أساساً بتراطبات الشبكات فيها بينها، وقد شبه Viera مفهوم الشبكة مجازياً بالكائن الحي باعتبارها نظام علاقتي مفتوح متطور وذو وظائف مشابهة لوظائف الكائن الحي.

ومن جهة أخرى، يذهب Emmanuellegaza إلى أن الشبكة الاجتماعية هي: "مجموعة علاقات خاصة، تعاون، دعم، نصيح، سيطرة، أو حتى تأثير... بين مجموعة محدودة من الفاعلين". كما يضيف أن الشبكة الاجتماعية تضم أيضاً الثقافة ونظام معايير.²

تعتبر نظرية درجات الانفصال الست six degrees of separations من النظريات التي يصعب تتبعها لكن يتفق الباحثون أن بدايتها كانت مع عالم الاجتماعي الأمريكي Stanley Milgram سنة 1967 الذي قام بتجربة "العالم الصغير" small world experiment، بحيث قام بإرسال رسالة لـ 60 متطوع في مدينة Kansas وطلب منهم إيصالها لأشخاص محددين في مدينة Massachusetts وتسليمها لهم يدأ بيد أو عن طريق أصدقاء أو أصدقاء الأصدقاء، وصلت الرسائل للأفراد المحددين عبر 5 إلى 7 أشخاص، وقد تم اعتبار هذه التجربة دليل أمبريقي بأن الأفراد مرتبطين ببعضهم البعض من خلال الأصدقاء أو أصدقاء أصدقائهم، ومنه تفيد فرضية small world المنبئية على نتائج تجربة Milgram بأن عدد الأفراد اللأزمين لربط شخصين عبر الكرة الأرضية هو عدد صغير، وقد أدت الفرضية لعبارة six degrees والتي تعني أن أي فردين يرتبطان مع بعضهما البعض عن طريق سلسلة متكونة من 6 أفراد.³

عرفت هذه النظرية شهرة وقبولاً واسعاً، وقد أعتبرت محقراً لمواقع شبكات التواصل الاجتماعية (SNSs) بحيث أن العديد من مواقع Web 2.0 منبئية على فكرة أن المستخدمين قادرون على زيادة رأس مالهم الاجتماعي، ذلك لأنهم قادرون على معرفة كل أفراد الكرة الأرضية عن طريق 6 خطوات.

قام Duncan Watts سنة 2001 وهو بروفيسور بجامعة Columbia بإعادة تجربة Milgram عبر الإنترنت باستخدام رسائل البريد الإلكتروني بعينة متكونة من 48,000 مرسل و 19 هدف، وقد توصل إلى أن معدل الأفراد الوسطاء بين كل مرسل وهدف هو 6 أفراد، وقد تم كذلك تطوير تطبيق Application سمي six

²Myriam Montagut-lobjoit : le lien social et identités dans les réseaux sociaux numériques, le cas des diasporas africaines, Global Media journal-canadien Edition 2009, p : 3.

³Vala Ali Rohani and OwsienHock:"On social Network Web sites: Definition, Features, Architectures and Analysis Tools", Journal of Advances in Computer Research, Malaysia, 2010, p: 2.

degrees من أجل حساب درجات الانفصال بين مختلف الأفراد ووجدوا بعد دراستهم أن 4,5 مليون مستخدم معدل انفصال يقدر بـ 5,73 درجة.¹

تمنح مواقع شبكات التواصل الإجتماعية وخدماتها للأفراد الأصدقاء فضاءً يمكنهم من المحافظة على علاقاتهم، والردشة مع بعضهم البعض وتقاسم المعلومات أكثر من ذلك، فهي تمنح لهم إمكانية بناء علاقات جديدة من خلال أصدقائهم الموجودين بحيث يتمكن المستخدم من رؤية أصدقائه ورؤية أصدقاء أصدقائه بمعنى أصدقاء من درجة ثانية second degree friends.

نلاحظ أن مفهومي مواقع شبكات التواصل الإجتماعية والإعلام الإجتماعي يستخدمان بشكل متبادل للدلالة على نفس الشيء، لكن في الحقيقة وكما رأينا من خلال ما تعرضنا له أن مواقع شبكات التواصل الإجتماعية لا تشكل سوى مكّون جزء صغير من médias sociaux وهذا الخلط راجع حسب تقديرنا للشهرة الكبيرة التي عرفتها social Network sites

لقد عرفت مواقع شبكات التواصل الإجتماعية (SNSs) إقبالاً منقطع النظير في الخمس سنوات الأخيرة، حيث شكلت طريقة شعبية جداً ساعدت الأفراد والجماعات على التعبير على علاقاتهم والاتصال مع أصدقائهم ومعارفهم، فساهمت في تغيير الطريقة التي يستخدم ويشارك من خلالها الأفراد في الإنترنت وفي العلاقات مع غيرهم، وتساعدتهم في بناء وإدارة والتعبير عن شبكاتهم الإجتماعية على الخط. يرى الباحثون أن الشبكات الإجتماعية على الخط هي إعادة إنتاج للشبكة التقليدية المتكونة من عقد nœuds وعلاقات تربط بين الأفراد تسهل التجمعات وتقاسم وتشارك الاهتمامات المشتركة دون أن تكون معاقة أو مكبوحة من طرف التحديات التقليدية الجغرافية والإجتماعية.²

وقد أظهرت الدراسات أن هذه المواقع تسمح بتجمع الأفراد على أساس الاهتمام المشترك أو القيم المتقاسمة أين يتم نقل الشبكة التقليدية للأفراد (الموجودة في عالمهم الواقعي) إلى Web، فإذابة الحدود الجغرافية والزمنية بل حتى النفسية

¹Lei Zhang and WanqingTu: six Degrees of separation in Online Society, Tsinghua University, China, 2010, p: 2.

²Manuela Teixeira : l'émergence de Réseaux sociaux sur le web comme nouveaux outils de Marketing, Departement de communication, Faculté des arts, University d'Ottawa, Ottawa, le 18 mai 2009, p : 32.

تفسر التدافع على مواقع التواصل الاجتماعية، وفيما يلي مقارنة بين الشبكة العلاقاتية التقليدية للأفراد والشبكة الاجتماعية على الخط:¹

- 1- الشبكة التقليدية تنبني على أساس جغرافي، في حين الشبكة على الخط لا تعترف بالحدود.
- 2- الشبكة التقليدية والشبكة الاجتماعية على الخط يبنيان على إهتمامات مشتركة.
- 3- الشبكة التقليدية خاضعة لحدود الطبقات الاجتماعية والدينية و... في حين أن الشبكة الاجتماعية على الخط لا تعترف بذلك.
- 4- الشبكة التقليدية تعرف بث مقيد للمعلومات خاضعة لسلطة قادة الرأي في حين أن المعلومة في الشبكات الاجتماعية على الخط تُبث في الوقت الحقيقي لها وغير خاضعة لأية ضغوطات من أية جهة.
- 5- المعلومات الشخصية محدودة في الشبكات التقليدية في حين تظهر المعلومات الشخصية على الخط لجميع الأعضاء.

ومنه نلاحظ عامة أن أهم اختلافين بين الشبكتين هو أن الشبكة الاجتماعية على الخط تتميز بمفهوم اللاتزامنية *instantanéité* كما أنها تدل على الإنفتاح الكبير الذي أحدثته إزالة القيود المادية.

قُدمت العديد من التعاريف لمواقع شبكات التواصل الاجتماعية، غير أن التعريف الذي قدمه كل من Boyd and Ellison (2007) عرف إنتشاراً كبيراً في الدراسات المهتمة بالموضوع، وهذا لأنهما يعتبران من أوائل الدارسين في الميدان بحيث يقترحان التعريف التالي:

"مواقع الشبكات الاجتماعية، هي خدمات توجد على شبكة الويب *web based services*، تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية *profile* عامة أو شبه عامة، خلال نظام محدد، ويمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الإتصال وروية قوائمهم أيضاً للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام".²

أحدث هذا التعريف الذي قدمه الباحثان سنة 2007، تغيرات تقنية واجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي (SNSs)، والتي لا زالت تتطور لحد كتابة هذه الاسطر، هذا ما دفع Boyd and Ellison يعملان

¹Ibid. p : 34.

²D, Boyd and N, Ellison: social Network sites: definition, History, and scholarship, School of information University of California, Berkeley, 2007, p: 2.

على تقديم تعريف جديد يحاولان من خلاله إستدراك نقائص التعريف الأول، ويأخذان في الحسبان التغيرات المذكورة، هذا التعريف سيوجه حسب ما صرحا به لoxfordhandbook of internet studies وهو على النحو التالي:¹

« une plateforme de communication en réseau dans laquelle les participants disposent de profiles associés a une identifications unique qui sont créés par une combinaisons de contenus fournis par l'utilisateur, de contenus fournis par des « amis » et de données système peuvent exposer publiquement des relations susceptibles d'être visualisées et consultées par d'autres peuvent accéder à des flux de contenus incluent des contenus générés par l'utilisateur – notamment– des combinaisons de textes ,photos, vidéos, mises a jour de lieux et/ou liens fournis par leurs contacts sur site »

يعرف مركز البحوث الأمريكي المهتم بالإنترنت (pew) مواقع الشبكات الاجتماعية بأنها:

"مكان على الإنترنت أين يمكن للمستخدم إنشاء وبناء شبكة شخصية تربطها بالمستخدمين الآخرين"، أما McKinsey فيرى أنّ مواقع الشبكات الاجتماعية:²

" تشير لأنظمة تسمح لأعضاء موقع معين معرفة مهارات ومواهب ومعارف وتفضيلات أعضاء آخرين". بحيث يتم التركيز على إمكانية الحصول وجمع المعلومات، نظراً لما توفره هذه المواقع من ترسانة تقنية يستغلها المستخدمون لإرضاء حاجاتهم المختلفة.

¹Thomas Stenger : Réseaux Sociaux Numérique et Capital Social, Hermès, Cognition-Communication-Politique, n59, 2011, p : 22.

²Dick Stroud: Social Networking: An age-neutral commodity_ Social Networking becomes a mature web application, Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, 3 October 2007, p: 2

يرى Mew أن "مواقع شبكات التواصل الإجتماعية هي برامج يتم إستخدامها من أجل تطوير الشبكات الإجتماعية"، بحيث يرى أنها تسمح للمستخدمين بتشكيل تصوّر أو إنطباع والمحافظة أو إكتساب علاقات جديدة³.

يجادل كل من Boyd and Ellison أنه بالرغم من وجود عدد عريض من الميزات التقنية التي توظفها هذه المواقع، إلا أن البروفايل profiles يبقى العمود الفقري لهذه المواقع والذي يمكن من خلاله عرض قائمة الأصدقاء الذين يمثلون كذلك مستخدم النظام، وهذا ما يدفع الباحثين المتخصصين للتركيز على تحليل البروفايلات للتوصل لمعلومات مفيدة مرتبطة بأنشطة المستخدمين على الخط.

تتضمن مواقع الشبكات الإجتماعية بوابات، منتديات، مدونات، صالات عرض (عادة للصور)... وكل عنصر من هذه العناصر يوظفه المستخدم في سبيل الإتصال بالآخرين وللمشاركة في تشكيل مجتمعات إفتراضية، كما تسمح للأفراد بتقاسم النشاطات والاتجاهات والاهتمامات وجمع المعلومات من أجل المؤانسة، ما يجعلها أماكن مفضلة لالتقاء أفراد يشاركونهم نفس الاهتمامات، ويعبرون عن ذلك عملياً ويعرف Esther Dyson مواقع الشبكات الإجتماعية بأنها¹: "أدوات تسهل عملية إنشاء علاقات حول مركز إهتمام مشترك و تسمح بالإتصال على الخط".

كما تؤكد Boyd على أن هذه المواقع لها أربعة خصائص أساسية² تبين أن علاقات الصداقة يمكن أن تكون أبدية immoral وتتميز ب: persistency, searchability, replicability and invisible audience.

إن تقديم المستخدمين لبروفايلهم profile، وعرض قائمة الأصدقاء والإتصالات وتبادلها مع الآخرين بشكل عام وعلمي، يشكل القاعدة الأساسية للتفاعل على مواقع الشبكات الإجتماعية، وهكذا فإن هذه المواقع تدعم الأنماط المتباينة من التفاعل حتى وإن اختلفت وتنوعت المواقع، فالبروفايل والاتصالات المعروضة تمثل مجموعة من الإشارات والرموز تستهدف جماهير محتملة، يقدم المستخدمين أنفسهم من خلالها لإعطاء صورة عن شخصياتهم وإهتماماتهم بشكل عام، وتجلب إهتمام بعض المستخدمين وتؤدي إلى تفاعلات إجتماعية بين الأطراف.

³Ezaleila Mustafa Siti and HamzahAzizah: Online Social Networking: A New Form of Social interaction, International journal of Social Science and Humanity, Vol 1 N 2, July 2011, p: 97.

¹Philippe Torloting : Enjeux et perspectives des Réseaux Sociaux, Institut Supérieur du Commerce, Paris, 2006, p : 11.

²D, Boyd and N, Ellison, Op-Cit, p:10.

تعتبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعية (SNSs) ظاهرة جديدة بعد ظهور الإنترنت و Web، وتشكل عالم افتراضي يمكن للأفراد من خلاله أن يعرضوا لجمهورهم المتمثل في أصدقائهم وزملائهم وآخرين... أذواقهم أو قوائم تضم إهتماماتهم، الرياضات المفضلة لديهم، الأغاني والكتب، الفيديوهات، إلى غير ذلك³ كما أنّ التواجد في موقع من مواقع شبكات التواصل الاجتماعية، هو شكل من أشكال التعبير عن التواجد الذي يبحث من خلاله المستخدم تعويض حياته الفيزيائية في العالم الملموس ولتكملها أيضا في معظم الحالات، إذ تفترض هذه المواقع التبادل مع المستخدمين الآخرين إستناداً على الانتماء إلى مجتمع communauté على الخط متشكل ومستمد من قائمة الأصدقاء.

وعلى هذا الأساس، يمكن للمستخدم أن يختار صورة رمزية له un Avatar وتمثله وتعطي صورة عنه معتمداً في ذلك على المعلومات والنقاط التي يريد الإفصاح عنها وتبسيط الضوء عليها مستخدماً قائمة عريضة من التطبيقات والوظائف على حسب ذوقه وإحتياجاته، وفي هذا السياق تشرح الباحثة Stéphane Hugon أن: "أغلبية المستخدمين يستعملون مواقع الشبكات الاجتماعية ليس لمحتوياتها وإنما لقدرتها على إنتاج روابط، منطوين في ذلك على الحاضر وعلاقات القرب.. أنا... أصدقائي... مجموعتي، بحيث لا يبحث الأفراد عن التشبه بنماذج كائنة وإنما يبحثون عن التميز... اللياقة... طريقة للوجود أو بالأحرى للبروز، تصبح الشبكة أداة لتبسيط الضوء على العلاقة الحميمة ما يسمح لهم ببناء هويتهم على الخط".¹

عودة إلى السياق التاريخي لمواقع شبكات التواصل الاجتماعية:

عرفت مواقع الشبكات الاجتماعية تطوراً هائلاً منذ إنطلاقتها في تسعينات القرن الماضي، فقد عرف عدد هذه المواقع إرتفاعاً كبيراً نتج عنه تطور وتحسين في خدمات هذه المواقع، بالإضافة إلى زيادة أعداد مستخدميها المقدر بالملايين حالياً، ما جعل بعض الباحثين يصفونها بالظاهرة الخارقة، في حين قلل آخرون من نجاحها وإقبال الجماهير العريضة عليها وتنبؤوا بتراجعها مستقبلاً.

يحمل كل موقع من مواقع شبكات التواصل الاجتماعية وظائف يتفرد بها عن غيره من المواقع الأخرى، وقد وضع Reid Hoffman مؤسس موقع LinkedIn أن مواقع LinkedIn و MySpace و facebook و linkedIn

³H.Liu: Social Network profiles as taste performances, Journal of Computer-mediated communication, 2007, p: 14.

¹Philippe Torloting : Enjeux et perspectives des Réseaux Sociaux, Institut Supérieur du Commerce, Paris, 2006, p :12.

تحمل فروقات أساسية لخصها كما يلي:² "الفكرة أنه على الرغم من المظاهر، فإن هذه الشبكات تحمل اختلافات جادة facebook هو البيت، المنزل، لأن الفكرة القاعدية هي أن تجمع في مكان افتراضي كل أقاربك، جزء صغير من معارفك الذين يمكن لك أن تتقاسم معهم وتشارك صور أولادك وسهراتك التي تقضيها... MySpace هو البار Bar بحيث تحاول أن تجعل بروفيلك أكثر جاذبية sexy linkedIn... هو المكتب لأنه يساعدك على البقاء على اتصال بمحيط عملك والقيام بمشاريع والنجاح في مستقبلك المهني. لكن هناك هدف مشترك يجمع هذه المواقع و هو: "جعل الأفراد متصلين" أو مرتبطين ببعضهم البعض" «toconnect people»¹.

تري كل من Boyd and Ellison أن SixDegrees.com هو أول موقع شبكي إجتماعي معترف به أطلق سنة 1997 وسمح للمستخدمين بإنشاء بروفيلات profiles ووضع قوائم لأصدقائهم وتصفحها فإحدى هذه الميزات كانت متوفرة في بعض المواقع قبل إطلاق موقع SixDegrees، لكنه كان الأول في جمعها في موقع واحد²، فبعض المواقع وفرت خاصية جمع الأصدقاء في قوائم لكنها لم تسمح برؤيتهم من طرف الآخرين، بحيث سمح موقع Classmates على سبيل المثال للأفراد بالانتساب للثانويات والجامعات وتصفح الشبكة مع أطراف آخرين منتسبين لها كذلك، لكن الموقع لم يوفر لمستخدميه إمكانية إنشاء بروفيلات ووضع أصدقائهم في قوائم.

عبر موقع SixDegrees عن نفسه "كأداة تساعد الناس على الاتصال وإرسال رسائل لغيرهم" وبالرغم من نجاحه واستقطابه لملايين المستخدمين، إلا أنه أغلق سنة 2000، لعدم نجاحه تجارياً، وقد عبر عن ذلك مؤسسه "بأن الموقع سابق لزمانه"، في حين يرى بعض الباحثين أن سبب فشل الموقع راجع لشكاوى المستخدمين بأنه لا يوجد شيء يقومون به بعد قبولهم لدعوات الصداقة، كما أن معظم المستخدمين لم يكونوا متحمسين للقاء الغرباء.³

²James Spot : L'impact des Réseaux Sociaux, Livre blanc, Montreuil France, Février 2009, p : 7.

¹Adebayi Marion and Ogunlade: Development of a social Networking site with a Networked Library and conference Chat, Journal of Emerging Trends in computing and information sciences, V 2, N 8, August 2011, p: 2.

²D, Boyd and N, Ellison: social Network sites: definition, History, and scholarship, School of information University of California, Berkeley, 2007, p: 5.

³Sarah WanjinkuThotho: information Disclosure on facebook: A content Analysis of American and Kenyan Users profiles, Thesis-Master of Arts, Department of Journalism, Ball State University, July 2010, p: 10.

ومنذ سنة 1997 إلى سنة 2001، عملت بعض مواقع الوآب على دعم توليفات مختلفة من البروفيلات وسمحت بتنظيم الصداقات بشكل علني، فعلى سبيل المثال سمحت مواقع Asian Avenue, Black planet, MiGent للمستخدمين بإنشاء بروفيلاتهم الشخصية، مهنية وبروفيلات المواعدة Dating أين يمكن للمستخدمين التعرف على أصدقائهم في بروفيلاتهم الشخصية دون انتظار الموافقة على ذلك ويذكر الباحثون أن الموجة الثانية لمواقع شبكات التواصل الإجتماعية بدأت مع إنطلاق Ryze.Com سنة 2001 والذي هدف لمساعدة الأفراد على الرفع من شبكاتهم التجارية، غير أن الموقع لم يعرف شعبية كبيرة.

إنطلق أيضاً موقع Friendster في 2002 كنكملة إجتماعية لموقع Ryze، وقد صمم الموقع لمساعدة لقاء أصدقاء الأصدقاء معتمداً في ذلك على فرضية أن صديق الصديق قد يكون رفيق رومانسي أحسن من الغرباء، وقد كان هدف الموقع مغايراً لأهداف المواقع المنافسة له، والتي عملت على تسهيل لقاء الأفراد بغرباء يقاسموهم نفس الاهتمامات.¹ أعرف هذا الموقع شعبية كبيرة لكنه تعرض في نفس الوقت لصعوبات تقنية واجتماعية، فقاعدته المعلوماتية لم تكن قادرة على تحمل التطور الكبير ونمو أعداد المستخدمين الذي عرفه الموقع ما أدى إلى شعور مستخدميه بالإحباط خاصة بعد أن هجروا بريدتهم الإلكتروني من أجل استخدامه كبديل له في اتصالاتهم.

وإنطلاقاً من سنة 2003، تم إنشاء العديد من المواقع ارتكزت على البروفيلات profile centric site أي تضع البروفيلات في مركز الاهتمام محاولين بذلك استنساخ النجاح الذين حققه Friendster. بعض المواقع مثل Dogster ساعد الأفراد على الإتصال بأفراد آخرين يبادلونهم نفس الاهتمامات والمواضيع ما يعرف بـ passion-centric، ومع تنامي ظاهرة الإعلام الإجتماعي و user generated content أصبحت مواقع الواب مثل Flickr (للصور) و YouTube (للفيديو) مواقع شبكات اجتماعية قائمة بذاتها.²

أنشئ موقع MySpace سنة 2003 لينافس مواقع مثل Friendster و Xinga وغيرها... بحيث حاول الموقع إستقطاب المستخدمين الذين هجروا Friendster وابتعدوا عنه، هذا ما فسر نموه السريع معتمداً في ذلك على المواقع الأخرى وعلى الترويج للفرق الموسيقية التي جلبت معجبيها للموقع، كما قام الموقع بإضافة العديد من الميزات حسب طلب المستخدمين، وقد بدأ انضمام المراهقين جماعات جماعات سنة 2004 للقاء فرقهم الموسيقية المفضلة،

¹D, Boyd and N, Ellison: social Network sites: definition, History, and scholarship, School of information University of California, Berkeley, 2007, p: 8.

²Ibid. p: 9.

والبعض الآخر شُجعوا على الانضمام للموقع من طرف أحد أفراد عائلاتهم الأكبر منهم، وهذا ما حمّس أصدقائهم للحاق بهم، في سنة 2005 تم بيع MySpace بسبب قضايا السلامة والتفاعلات الجنسية بين البالغين والقصّروانتشار ما يعرف بـ SEXUAL PREDATORS على الرغم من أن الأبحاث أظهرت أن المخاوف كانت مبالغ فيها.¹

كما إنتشرت أيضاً العديد من المواقع عبر العالم، فقد أصبح Orkut الموقع الشبكي الإجتماعي الأول في البرازيل والهند، كما أن موقع Mix عرف إنتشاراً كبيراً في اليابان، Bebo في المملكة المتحدة وزيلاندا الجديدة وأستراليا. وأشار الباحثون كذلك إلى أنّ بعض المواقع لا تبحث عن الجماهير العريضة، إنما تحدد الدخول لجمهور ضيق كما يفعل موقع beautiful people وsmall world وتقيّد الدخول للموقع لتجعله أكثر انتقائية أو نخبوية.²

وبخلاف مواقع الشبكات الإجتماعية السابقة، صمم موقع Facebook من أجل شبكة الطلبة فقط، وقد بدأ في 2004 لطلبة Harvard، وفي 2005 توسع استخدامه ليضم طلبة الثانويات، ثم فتح لجميع بلدان العالم سنة 2006، ما يميز هذا الموقع عن غيره من المواقع هو قدرة المستخدمين على التحكم في بروفيلاتهم وجعلها عامة وخاصة بالإضافة إلى إمكانيات الموقع التكنولوجية القادرة على ربط الاتصال على الخطوط خارجة وتطوير العلاقات على الخط.

وعلى أية حال، وانطلاقاً مما تعرضنا له من خلال هذا العرض المفصل، يتضح لنا ضرورة مراجعة الترجمات التي تروج حالياً في عالمنا العربي في إطار علوم الاعلام والاتصال، والتأصيل بشكل دقيق للمفاهيم التي تنبني عليها الدراسات في هذا الحقل البحثي، ذلك بالتأكيد على إبراز حدود التداخل والتمايز بين مختلف المفاهيم المشكلة لما يعرف حالياً بالوسائط الاتصالية الجديدة والمتجددة، والتي نراها خطوة أساسية تسبق أية محاولة للخوض في دراسة انعكاسات استخدامات هذه التكنولوجيات في المجتمع.

¹Sarah WanjinkuThotho: information Disclosure on facebook: A content Analysis of American and Kenyan Users profiles, Thesis-Master of Arts, Department of Journalism, Ball State University, July 2010, p: 12.

²Ahmed Ateeq: A Short Description of Social Networking Web sites And It's Uses, International Journal of Advanced Computer Science and Applications, Vol.2, N2, February 2011. p: 3.

مجلة متيجة للدراسات الإنسانية

مجلة دورية علمية محكمة يصدرها

قسم العلوم الإنسانية

العدد الثامن ديسمبر 2017

منشورات جامعة البليدة 2 "علي لونيبي"

مجلة متيجة للدراسات الإنسانية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة البليدة 2



مجلة دورية علمية محكمة تصدر عن قسم العلوم الإنسانية

Issn: 2602-5639

رقم الإيداع القانوني 2014/1597

العدد الثامن ديسمبر 2017

جميع حقوق الطبع محفوظة.