

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونبندر - قسنطينة 3



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة

الرقم التسلسلي

رقم التسجيل:

بناء الحقائق الاجتماعية في المجتمعات الافتراضية لدى الشباب الجزائري

دراسة على عينة من مستخدمي الفايسبوك

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه LMD في علوم الإعلام والاتصال

تخصص إعلام واتصال

إشراف:

أ.د. فضيل دليو

إعداد الطالبة:

كريمة قلاعة

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة أم البواقي	أستاذ التعليم العالي	أ. د/ صالح بنوار
مشرفا ومقررا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ التعليم العالي	أ. د/ فضيل دليو
عضوا	جامعة عنابة	أستاذ التعليم العالي	أ. د/ جمال العيفة
عضوا	جامعة الأمير عبد القادر	أستاذ محاضر أ	د/ أحمد عبدلي
عضوا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ محاضر أ	د/ نصر الدين بوزيان
عضوا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ محاضر أ	د/ رفيق بوزانة

2018-2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴾

صدق الله العظيم

[طه: 114]

" إِنِّي رَأَيْتُ أَنَّهُ مَا كَتَبَ أَحَدُهُمْ فِي يَوْمِهِ كِتَاباً إِلَّا قَالَ فِي غَدِهِ، لَوْ غُيِّرَ هَذَا لَكَانَ أَحْسَنَ وَلَوْ زُيِّدَ ذَلِكَ لَكَانَ يُسْتَحْسَنُ وَلَوْ قُدِّمَ هَذَا لَكَانَ أَفْضَلَ، وَلَوْ تُرِكَ ذَلِكَ لَكَانَ أَجْمَلَ، وَهَذَا مِنْ أَعْظَمِ الْعِبَرِ، وَهُوَ دَلِيلٌ عَلَى اسْتِيْلَاءِ النَّقْصِ عَلَى جُمْلَةِ الْبَشَرِ."

" ابن البيساني "

شكر وعرفان

نحمد الله حَمْدَ الشاكرين ونثني عليه ثناء الذاكرين؛ أن وفقنا وسدد خطانا لإتمام إنجاز هذا العمل بعد جهد، وصبر طويل لا يعلمهما إلا هو عزَّ وجلَّ، فالحمد لله الذي رزقنا وآتانا من فضله ولولا فضل الله لما وصنا إلى ما نحن عليه.

على خطى الحبيب محمد صلى الله عليه وسلم الذي قال: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله".

ففي البداية لا يسعنا إلى أن نقول: "شكرا إلى كل من علمني حرفا".

أتقدم بالشكر والامتنان، والتقدير للمشرف الأستاذ الدكتور "فضيل دليو" على ما تفضل به من متابعة وتوجيه، وعلى ما تقدم به من ملاحظات قيمة لفائدة هذا البحث العلمي، وكما أتقدم بالشكر والامتنان والتقدير إلى الدكتورة الفاضلة فريدة عكروت على كل ما تفضلت به من توجيه ودعم دائمين لنا.

وكما أتقدم بالشكر إلى أحن وأطيب قلب "أبي" الذي لم يتوان يوما في دعمي معنويا وماديا والذي غرس فيَّ حُبَّ العِلْم، وروح الاجتهاد والصبر للوصول إلى النجاح، لأبي الذي كان سندي في كل خطوة أخطيها؛ لأبي الذي لن أستطيع رد فضله ما حييت.

شكرا لكل الأساتذة الذين تتلمذت على أيديهم طيلة مشواري التعليمي، والذين كنت محظوظة بلقائهم، وتشرفت أن أكون طالبة من بين طلبتهم، وكما أتقدم بالشكر للدكتور نصر الدين بوزيان وكل القائمين على كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري على كل ما تفضلوا به من مجهودات في سبيل تيسير كل ما صَعُبَ علينا؛ فلکم كل الشكر والامتنان.

أتقدم بالشكر أيضا إلى ابن العمّة جيلالي ولكل من ساهم في توزيع استمارة الاستبيان

إلكترونيا، ولكل من ساعدني ودعمني من قريب أو من بعيد

إهداء

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وبارك في عمرهما

إلى أخواتي سعاد، تواتية، حياة، ليلي، فطيمة

إلى بنات العم: فوزية، حورية، مخاطرية.

إلى روح البراءة: ملاك، منال، ومحمد شريف.

إلى الأصدقاء الأعزاء: مراد، سهيل، محمد.

إلى رفيقات الدرب فائزة وإيمان.

إلى كل الأصدقاء والزملاء.

إلى كل الأهل والأقارب.

إلى كل طالب علم

فهرس المحتويات

شكر

إهداء

ملخص الدراسة باللغة العربية

ملخص الدراسة باللغة الانجليزية

ملخص الدراسة باللغة الفرنسية

2-1

مقدمة

الفصل الأول:

موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

1. موضوع الدراسة:

- 1.1. إشكالية الدراسة.....4
- 2.1. تساؤلات الدراسة.....7
- 3.1. مبررات اختيار الموضوع.....7
- 4.1. تحديد المفاهيم.....8
- 5.1. الدراسات السابقة.....25
- 6.1. الخلفية النظرية للدراسة.....38

2. الإجراءات المنهجية:

- 1.2. مجالات الدراسة.....46
- 2.2. عينة الدراسة.....48
- 3.2. نوع الدراسة.....50
- 4.2. المنهج المستخدم.....50
- 5.2. أدوات جمع البيانات.....51
- 6.2. إجراءات الصدق والثبات.....53
- 7.2. المعالجة الإحصائية للبيانات وأساليب تحليلها.....58

الفصل الثاني:

من البناء الاجتماعي للحقائق

إلى البناء الإعلامي للحقائق الاجتماعية

1. مدخل إلى التمثلات الاجتماعية.....61
2. البناء الاجتماعي للحقيقة عند Berger و Luckmann.....64
- 2.1. مدخل.....64
- 2.2. حقيقة الحياة اليومية.....66

- 68.....3.2. الحقيقة الاجتماعية بين الذاتية والموضوعية.
- 75.....John Searle عند الحقيقة الاجتماعية
- 80..... أهمية اللغة في بناء الحقائق الاجتماعية.
- 83..... الفروض النظرية المفسرة لعلاقة وسائل الإعلام ببناء الحقائق الاجتماعية.
- 87..... الدراسات البحثية حول دور وسائل الإعلام في بناء الحقائق الاجتماعية.
- 87.....1.6. البدايات الأولى للأبحاث.
- 90.....2.6. البحوث المتعلقة بالتلفزيون.
- 94.....3.6. البحوث المتعلقة بالإنترنت.
- 96.....7. وسائل الإعلام بناء للحقائق أم للوهم؟
- 112-105.....8. مقارنة لحقيقة الحياة اليومية عبر الإنترنت.

الفصل الثالث:

المظاهر البنوية الجديدة للحقيقة الاجتماعية

في الفضاء الافتراضي

- 114.....1. الشبكات الاجتماعية وهيمنة الفايسبوك.
- 114.....1.1. تعريف الشبكات الاجتماعية.
- 114.....2.1. الإرهاصات الأولى "النشأة والتطور".
- 115.....3.1. أنواع الشبكات الاجتماعية:
- 116.....4.1. مميزات شبكات التواصل الاجتماعي.
- 117.....5.1. هيمنة الفايسبوك.
- 120.....2. نموذج بناء الحقيقة الاجتماعية في الفضاء الافتراضي.
- 122.....3. البناء الاجتماعي للشبكات.
- 123.....4. الاتصال الافتراضي.
- 123.....1.4. حتمية الاتصال الافتراضي.
- 126.....2.4. خصائص الاتصال الافتراضي.
- 128.....3.4. الاختلافات في التأثير بين الاتصال الافتراضي والاتصال المواجهي.
- 129.....3.5. أنواع الاتصال الافتراضي.
- 131.....5. التفاعل الاجتماعي الافتراضي.
- 135.....1.5. الخلفية المشتركة.
- 136.....2.5. الحضور الاجتماعي والحضور الاجتماعي عن بعد.
- 138.....3.5. الشعور بالشعور.
- 139.....4.5. الثقة.
- 141.....6. الزمان والمكان: التغيير في المفاهيم.
- 141.....1.6. تتابع الزمان والمكان.
- 143.....2.6. اللامكان واللامكان.
- 148.....7. المجال العام الإلكتروني.
- 148.....1.7. مفهوم المجال العام.

151.....	2.7. المجال العام الافتراضي
157.....	8. رأس المال الاجتماعي الافتراضي
158.....	1.8. رأس المال الاجتماعي "الطرح الكلاسيكي"
159.....	2.8. المجالات الرئيسية لرأس المال الاجتماعي الافتراضي
164-162.....	9. الثقافة الرقمية

الفصل الرابع:

الحياة الافتراضية ما بين الاتصال والانفصال

عن الواقع وعن الذات

166.....	1. لمحة عن ماهية الذات
169.....	2. بناء تصور الذات عند Mead (the construction of self-image)
172.....	3. الصراع القيمي لدى الشباب الجزائري في ظل العولمة
172.....	1.3 خصائص الأسرة الجزائرية الحديثة (التغير في طبيعة البناء الاجتماعي)
176.....	2.3. أزمة القيم لدى الشباب الجزائري
178.....	4. العالم الافتراضي بين الواقع والخيال
183.....	5. تأثير الإنترنت على العلاقات الاجتماعية للشباب
183.....	1.5. الاتجاه الأول
186.....	2.5. الاتجاه الثاني
189.....	6. عرض الذات في الحياة اليومية (Goffman)
196.....	7. آليات عرض الذات في الشبكات الاجتماعية
215-198.....	8. مقارنة لعرض الذات في الفضاء الافتراضي

الفصل الخامس:

الجانب الميداني للدراسة

217.....	- توزيع العينة حسب المتغيرات الديمغرافية والاجتماعية للمبحوثين
219.....	- التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور 1: طبيعة استخدام الشباب الجزائري للفيسبوك
231.....	- التحليل الكمي والكيفي لبيانات للمحور 2: بناء وعرض الذات في الحياة الافتراضية
265.....	- التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور 3: التصورات حول العلاقات الاجتماعية الافتراضية
276.....	- التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور 4 (المقياس): التأثير على اندماج الفرد
335.....	- التحليل الكمي والكيفي لنتائج للمقابلة
347.....	النتائج العامة للدراسة
353.....	خاتمة
356.....	قائمة المراجع
372.....	الملاحق

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
14	المعاني المتعددة لمفهوم الاستخدام	1
48	عدد مستخدمي الفايسبوك في إفريقيا حسب الدول لسنة 2016	2
49	نسب استخدام الفايسبوك في الجزائر حسب السن والجنس لسنة 2016	3
85	العلاقة بين الواقع الاجتماعي والمعرفة والسلوك والنظام الاجتماعي	4
120	الحقيقة الاجتماعية في الفضاء الافتراضي	5
141	نموذج بناء الثقة في المجتمعات الافتراضية	6
171	نموذج التنشئة الاجتماعية من المنظور التفاعلي الرمزي	7
180	يوضح احتواء المجتمع الافتراضي للمجتمع الواقعي	8
182	شكل العلاقة سابقا بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي	9
182	شكل العلاقة الآن بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي	10
201	نموذج تشكل الهوية في المجتمعات الافتراضية	11
219	عدد ساعات استخدام الفايسبوك لدى أفراد العينة	12
221	الوسيلة المعتمدة لاستخدام الفايسبوك	13
234	طبيعة الأسماء المستخدمة في الفايسبوك لدى الشباب الجزائري	14
237	شكل يربط بين متغير الجنس والأسباب الكامنة وراء استخدام الأسماء المستعارة	15
242	الأسباب الكامنة وراء استخدام أفراد العينة للبيانات المزيفة	16
246	دوافع عدم وصف الأشخاص لسماتهم الجسدية بموضوعية عبر الفايسبوك	17
249	مدى مراجعة المبحوثين للمحادثات عبر الفايسبوك	18
252	مدى تناقض شخصية المبحوثين في الفايسبوك مع شخصيتهم الحقيقية	19
267	مدى تعامل أفراد العينة مع الآخرين على أساس منشوراتهم في الفايسبوك	20
268	مدى ثقة المبحوثين في أصدقائهم الافتراضيين	21
274	شكل يوضح أسباب عدم رغبة المبحوثين في لقاء أصدقائهم الافتراضيين	22
284	العلاقة بين الحجم الساعي لاستخدام الفايسبوك ومدى الاهتمام بالقضايا والأخبار التي تخص المجتمع الجزائري	23

305	يربط بين الحجم الساعي لاستخدام الفايسبوك وبين مدى عدم تفضيل المبحوثين العالم الافتراضي على الواقعي	24
305	يربط بين الحجم الساعي لاستخدام الفايسبوك ومدى عدم اعتبار المبحوثين العالم الافتراضي بديلا عن الواقعي	25
313	يربط بين المستوى المعيشي ومدى عدم موافقة المبحوثين على إحساسهم بالتذمر إزاء الواقع المعاش بفعل تأثير الفايسبوك	26
328	يربط بين الحجم الساعي لاستخدام الفايسبوك ومدى عدم موافقة المبحوثين على قيامهم بتصرفات لا يجرؤون على القيام بها في حياتهم الواقعية	27
336	طبيعة تأثير الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية الواقعية لدى المبحوثين	28
337	أفضلية التواصل ما بين الواقعيين والافتراضيين	29
338	شخصية المبحوثين في الفايسبوك ما بين المثالية والواقعية	30
340	مدى نشر المبحوثين ليومياتهم عبر الفايسبوك	31
343	نمط التصورات المتشكلة حول المجتمع الجزائري بفعل تأثير الفايسبوك	32
344	مدى وقوع المبحوثين في مواقف غير أخلاقية عبر الفايسبوك	33
344	العلاقة بين متغير الجنس ومدى الوقوع في مواقف غير أخلاقية عبر الفايسبوك	34
345	العلاقة بين متغير الجنس ومدى الإحساس بالجرأة والتحرر من القيود الاجتماعية في الفايسبوك	35

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
130	بعض الاختصارات المستخدمة في لغة الدردشة الإلكترونية	1
139	بعض معاني الرموز والانفعالات المستخدمة في لغة الجيل الرقمي	2
195	المراحل والعمليات الفرعية المكونة لعرض الذات	3
217	توزيع العينة حسب المتغيرات الديمغرافية والاجتماعية للمبحوثين	4
219	ساعات استخدام الفاييبوك لدى أفراد العينة	5
220	جدول يربط بين متغير السن وعدد ساعات استخدام الفاييبوك لدى أفراد العينة	6
221	الوسيلة المعتمدة لاستخدام الفاييبوك	7
223	جدول يربط بين الفاييبوك كفضاء لقضاء أوقات الفراغ وبين متغير الجنس	8
224	جدول يربط بين مدى اعتبار المبحوثين الفاييبوك كفضاء لقضاء أوقات الفراغ وبين الحجم الساعي للاستخدام	9
225	جدول يربط بين مدى قدرة الشباب الجزائري على الاستغناء عن استخدام الفاييبوك وبين الحجم الساعي للاستخدام	10
226	جدول يربط بين مدى ندم المبحوثين جراء استخدام الفاييبوك لوقت طويل وبين الحجم الساعي للاستخدام	11
227	جدول يربط بين الإحساس بالنقص جراء عدم استخدام الفاييبوك وبين الحجم الساعي للاستخدام	12
228	جدول يربط بين مدى استمرار المبحوثين في استخدام الفاييبوك رغم تسببه في مشاكل ضمن حياتهم اليومية والحجم الساعي للاستخدام	13
229	أهداف استخدام الشباب الجزائري للفايبوك في حياته اليومية	14
231	جدول يربط بين عدد الصفحات الفاييبوكية التي يملكها المبحوثون وبين متغير الجنس	15
232	أسباب فتح أفراد العينة لأكثر من فاييبوك واحد	16
234	طبيعة الأسماء المستخدمة في الفاييبوك	17
236	الأسباب الكامنة وراء استخدام الأسماء المستعارة	18
238	طبيعة الصورة المستخدمة في البروفايل ومتغير الجنس	19

240	جدول يربط بين متغير الجنس وطبيعة البيانات التي يضعها أفراد العينة في الفايسبوك	20
243	جدول يربط بين متغير السن وطبيعة البيانات التي يضعها أفراد العينة في الفايسبوك	21
244	مدى امتلاك المبحوثين لحساب فايسبوك بجنس مخالف	22
245	جدول يربط بين متغير الجنس ونمط وصف المظهر الخارجي للأشخاص عبر الفايسبوك	23
246	جدول يربط بين متغير السن ونمط وصف المظهر الخارجي للأشخاص عبر الفايسبوك	24
247	مدى موضوعية المبحوثين عند تحدثهم عن حياتهم اليومية في الفايسبوك	25
249	مدى مراجعة أفراد العينة للمحادثات عبر الفايسبوك	26
250	جدول يربط بين طبيعة الأسماء المعتمدة، نمط البيانات ومدى تعامل المبحوثين بشخصية مختلفة في الفايسبوك	27
251	دوافع تعامل أفراد العينة بشخصية مخالفة لشخصيتهم الحقيقية	28
252	مدى تناقض شخصية المبحوثين في الفايسبوك مع شخصيتهم الحقيقية	29
254	مدى إقبال الشباب الجزائري على نشر يومياتهم عبر الفايسبوك	30
256	جدول يربط بين الحجم الساعي لاستخدام الفايسبوك وبين مدى إقبال المبحوثين على نشر يومياتهم	31
256	يربط بين مدى اعتقاد الشباب الجزائري بأن الفايسبوك هو فضاء حر وبين مدى إقبالهم على نشر يومياتهم عبره	32
257	طبيعة توجه المواضيع التي ينشرها المبحوثون عبر الفايسبوك	33
259	مدى إحساس المبحوثين بتقدير الذات على إثر ما ينشرونه عبر الفايسبوك	34
260	موقف الشباب الجزائري من نشر الناس ليومياتهم عبر الفايسبوك	35
260	أسباب رفض الشباب الجزائري لنشر الناس ليومياتهم عبر الفايسبوك	36
263	جدول يربط بين مدى تناقض شخصية المبحوثين الفايسبوكية والحقيقية ونمط الانطباع الذي يهدفون إلى تكوينه لدى الآخرين	37
265	جدول يربط بين متغير الجنس والفضاء الأمثل للثقة في النفس أثناء التفاعل	38
266	جدول يربط بين الأصدقاء المفضلين في التواصل فايسبوكيا لدى الشباب الجزائري وبين نظرتهم للعلاقات الافتراضية	39
267	مدى تعامل أفراد العينة مع الآخرين على أساس منشوراتهم في الفايسبوك	40

268	مدى ثقة المبحوثين في أصدقائهم الافتراضيين	41
269	جدول يربط بين مدى ثقة الأفراد في أصدقائهم الافتراضيين وطبيعة بياناتهم في الفايسبوك	42
270	يربط بين مدى ثقة الأفراد في أصدقائهم الافتراضيين ومدى إقبالهم على نشر مجريات حياتهم اليومية	43
271	يربط بين مدى ثقة الأفراد في أصدقائهم الافتراضيين ومدى تعاملهم معهم بناء على أساس منشوراتهم	44
272	جدول يربط بين مدى ثقة الأفراد في أصدقائهم الافتراضيين وتصوراتهم حول العلاقة بهم	45
273	أسباب عدم ثقة الشباب الجزائري في الأصدقاء الافتراضيين	46
274	مدى رغبة أفراد العينة في لقاء أصدقائهم الافتراضيين	48
275	مدى تأثير الأصدقاء الافتراضيين على بعض أمور الحياة اليومية للمبحوثين	42
275	جدول يربط بين الحجم الساعي للاستخدام ومدى تأثير الأصدقاء الافتراضيين على بعض أمور الحياة اليومية للمبحوثين	49
276	ثبات بنود مقياس الاندماجية	50
277	الاتساق الداخلي بين بنود مقياس الاندماجية	51
278	حساب مجموع التكرارات والنسب المئوية الكلية وكذا المتوسط العام والخاص بكل عبارة	52
279	تصنيف بنود المقياس إلى محاور فرعية	53
280	جدول يربط بين متغير الجنس وبين المحور الفرعي الأول	54
281	جدول يربط بين متغير المستوى التعليمي وبين المحور الفرعي الأول	55
281	جدول يربط بين متغير المستوى المعيشي وبين المحور الفرعي الأول	56
282	جدول يربط بين متغير الحالة الاجتماعية والمحور الفرعي الأول	57
282	جدول يربط بين متغير المستوى المهني والمحور الفرعي الأول	58
283	جدول يربط بين متغير السن وبين المحور الفرعي الأول	59
284	جدول يربط بين متغير عدد ساعات الاستخدام وبين المحور الفرعي الأول	60
288	جدول يربط بين متغير المستوى التعليمي وبين المحور الفرعي الثاني	61
289	جدول يربط بين متغير المستوى المعيشي والمحور الفرعي الثاني	62
290	جدول يربط بين متغير الحالة الاجتماعية والمحور الفرعي الثاني	63

291	جدول يربط بين متغير المستوى المهني والمحور الفرعي الثاني	64
292	جدول يربط بين متغير الجنس والمحور الفرعي الثاني	65
293	جدول يربط بين متغير السن والمحور الفرعي الثاني	66
294	جدول يربط بين متغير عدد ساعات الاستخدام والمحور الفرعي الثاني	67
300	جدول يربط بين متغير الجنس والمحور الفرعي الثالث	68
301	جدول يربط بين متغير الحالة الاجتماعية والمحور الفرعي الثالث	69
301	جدول يربط بين متغير المستوى المهني والمحور الفرعي الثالث	70
302	جدول يربط بين متغير السن والمحور الفرعي الثالث	71
302	جدول يربط بين متغير المستوى المعيشي والمحور الفرعي الثالث	72
303	جدول يربط بين متغير المستوى التعليمي والمحور الفرعي الثالث	73
304	جدول يربط بين متغير عدد ساعات الاستخدام والمحور الفرعي الثالث	74
310	جدول يربط بين متغير الجنس والمحور الفرعي الرابع	75
311	جدول يربط بين متغير السن والمحور الفرعي الرابع	76
312	جدول يربط بين متغير المستوى المعيشي والمحور الفرعي الرابع	77
313	جدول يربط بين متغير المستوى التعليمي والمحور الفرعي الرابع	78
314	جدول يربط بين متغير الحالة الاجتماعية والمحور الفرعي الرابع	79
315	جدول يربط بين متغير المستوى المهني والمحور الفرعي الرابع	80
316	جدول يربط بين متغير عدد ساعات استخدام الفاييبوك والمحور الفرعي الرابع	81
321	جدول يربط بين متغير الجنس والمحور الفرعي الخامس	82
322	جدول يربط بين متغير المستوى المعيشي وبين المحور الفرعي الخامس	83
323	جدول يربط بين متغير الحالة الاجتماعية والمحور الفرعي الخامس	84
324	جدول يربط بين متغير السن والمحور الفرعي الرابع	85
325	جدول يربط بين متغير المستوى التعليمي والمحور الفرعي الخامس	86
326	جدول يربط بين متغير المستوى المهني والمحور الفرعي الخامس	87
327	جدول يربط بين متغير عدد ساعات استخدام الفاييبوك والمحور الفرعي الخامس	88
335	يربط بين متغير الحجم الساعي ومدى إمكانية الاستغناء عن استخدام الفاييبوك	89
336	طبيعة التأثير على العلاقات الاجتماعية	90
337	طبيعة التأثير على التواصل الأسري	91
337	أفضلية التواصل ما بين الواقعيين والافتراضيين	92

338	شخصية المبحوثين في الفايسبوك ما بين المثالية والواقعية	93
339	يربط بين نمط شخصية المبحوثين في الفايسبوك وبين نمط الأشخاص المفضلين في التواصل	94
340	مدى نشر المبحوثين ليومياتهم عبر الفايسبوك	95
341	يربط بين الحجم الساعي للاستخدام ومدى تأثير الفايسبوك على أفكار المبحوثين وقناعاتهم في حياتهم اليومية	96
342	يربط بين الحجم الساعي للاستخدام ومدى تأثير الفايسبوك على تصورات المبحوثين نحو المجتمع الجزائري	97
343	أنماط التصورات الجديدة المتشكلة حول المجتمع الجزائري بفعل تأثير الفايسبوك	98
344	مدى وقوع المبحوثين في مواقف غير أخلاقية عبر الفايسبوك مستهم شخصيا	99
345	مدى الإحساس بالجرأة والتحرر من القيود الاجتماعية في الفايسبوك أكثر من الواقع	100

الملخص باللغة العربية:

تهتم هذه الدراسة ببناء الحقائق الاجتماعية في المجتمعات الافتراضية، وتركز بشكل خاص على البحث في طبيعة حقيقية الحياة اليومية، وهذا فيما يختص بأبعاد محددة؛ منها ما يرتبط بذات الفرد ومنها ما يرتبط بالآخرين وبالواقع المعاش، حيث كان مفاد التساؤل الرئيس لهذه الدراسة: ما الحقائق الاجتماعية التي يبنها الشباب الجزائري في المجتمعات الافتراضية تحديدا من خلال استخدام الفايسبوك؟

وقد تم الاعتماد على تقنية استمارة الاستبيان لاستجواب المبحوثين، والتي تباينت فيها الأسئلة بين مفتوحة ومغلقة، ومنها ما جاء على شكل مقياس، كما تم الاعتماد على منهج المسح، وطُبِّقَت الدراسة على الشباب الجزائري المستخدم للفايسبوك كعينة للبحث، وفيما يختص بالجانب النظري فقد قسمناه إلى ثلاث فصول محاولين في ذلك الإحاطة بمختلف الجوانب المتعلقة بالموضوع والتي تمثل التراكم المعرفي لمجال البحث، حيث جاءت عناوين هذه الفصول بالترتيب على النحو الآتي: من البناء الاجتماعي للتحقق إلى البناء الإعلامي للتحقق الاجتماعي، المظاهر الجديدة للحقيقة الاجتماعية في الفضاء الافتراضي، الحياة الافتراضية: بين الاتصال والانفصال عن الواقع وعن الذات، أما في الجانب الميداني فقد قمنا بتحليل الكمي والكيفي للبيانات من خلال عرضها وتفسيرها، تأويلها، وكذا مناقشتها.

ومن أبرز النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة نجد أن الشباب الجزائري يهتم بكل ما هو واقعي في الفايسبوك حتى على صعيد العلاقات الاجتماعية، هذه الأخيرة التي عمل الفايسبوك على تعميقها وتوسيعها أكثر من ذي قبل، إضافة إلى أن هذا الفضاء الافتراضي أثر ايجابيا على هذه العلاقات أكثر مقارنة مع العلاقات الافتراضية البحتة، كما أن هؤلاء الشباب يميلون إلى الواقعية في بناء ذواتهم أكثر من اللجوء إلى الخيال والتزييف، وهذا ينطبق أيضا على عملية عرض الذات التي تميل بدورها إلى الواقعية أكثر من المثالية، فضلا على أن الفايسبوك قد ساهم في إدماج الشباب في المجتمع الجزائري أكثر من عزلهم عنه، إضافة إلى أن هؤلاء الشباب لا يعتبرون بأن المجتمع الافتراضي هو بديل عن الواقعي، وإنما هو مكمل له، وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة أيضا إلى أن الفايسبوك يؤثر على تمثيلات المستخدمين حول الواقع المعاش لكن هذا التأثير لا يكون بمعزل عن تأثير السياق الاجتماعي والمتغيرات السوسيو-ديمغرافية لهؤلاء المستخدمين.

Abstract:

This study is concerned with the construction of social realities in virtual societies, focusing in particular on the nature of reality of everyday life, and this in relation to specific dimensions, including what is associated with perceptions of the individual about himself, About his relationship with others and about the real community in which he lives and the main question of this study was: What are the social facts that the Algerian youths are building in virtual societies, specifically through thier use of Facebook?

In this study we used a questionnaire, in which questions varied between open and closed, with the exception of the last axis, which was in the form of a scale and was based on the survey methodology, this study was based on the Algerian youths who used Facebook as a research sample, With regard to the theoretical side, we have divided it into three chapters, trying to take note of the various aspects related to the subject, which represent the accumulation of knowledge for the field of research, Where the titles of the chapters order by as the following: from the social construction of realities to the construction of the media of social realities, New features of social reality in virtual space, Virtual life: communication or separation from reality and self. On the practical side, we did Quantitative and qualitative analysis of data by presenting its interpretation, and discussion as well.

One of the main findings of this study is that Algerian youth are interested in everything that is realistic in Facebook, even in terms of social relations, the latter, which Facebook has worked to deepen and expand more than before, and this virtual space has a positive impact on these relations More compared to purely virtual relationships, They also tend to be more realistic in building their own selves than in fantasy and faking, this also applies to self-presentation, which in turn tends to be more realistic than idealism, Moreover, Facebook has contributed to the integration of youth people into Algerian society rather than isolating them. Moreover, these young people do not consider that Virtual society as an alternative to real society, but it is more like a complementary to it, We also found that Facebook affects the representations of these young people, but this effect is not isolated from to the impact of the social context as well as the impact of socio-demographic variables of the respondents.

Résumé :

Cette étude s'intéresse à la construction des réalités sociales dans les sociétés virtuelles, en se concentrant, en particulier, sur la nature de la réalité de la vie quotidienne, et ce en relation avec des dimensions spécifiques, y compris celles liées à l'individu, aux autres et à la vraie communauté dans laquelle il vit et la question principale de cette étude était: Quelles sont les réalités sociales que la jeunesse algérienne construit dans les sociétés virtuelles, notamment à travers l'utilisation de Facebook?

Dans cette étude, nous avons utilisé un questionnaire, dans lequel les questions variaient entre ouvertes et fermées, à l'exception du dernier axe, qui était sous forme d'échelle et basé sur la méthodologie de l'enquête, cette étude était basée sur la jeunesse algérienne utilisant le Facebook, comme un échantillon de recherche. En ce qui concerne le côté théorique, nous l'avons divisé en trois chapitres, en essayant de prendre note des différents aspects liés au sujet, qui représentent l'accumulation de la connaissance du domaine de la recherche, Où les titres des chapitres étaient comme suit: de la construction sociale des réalités à la construction médiatique des réalités sociales, Nouvelles manifestations de la réalité sociale dans l'espace virtuel, Vie virtuelle: entre communication et séparation de la réalité et de soi. Sur le plan pratique, nous avons effectué une analyse quantitative et qualitative des données en les présentant, interprétant, et en les discutant.

L'un des résultats les plus importants de cette étude est que la jeunesse algérienne s'intéresse à tout ce qui est réel sur Facebook, même en termes de relations sociales, que Facebook a cherché à approfondir et à développer plus qu'avant. De plus, cet espace virtuel a un impact positif sur ces relations Plus par rapport aux relations purement virtuelles, ces jeunes ont également tendance à être plus réalistes dans la construction de leur soi que dans la fantaisie et la contrefaçon, cela s'applique aussi au processus d'auto-présentation qui, à son tour, tend à être plus réalisme qu'idéalisme . De plus, Facebook a contribué à l'intégration des jeunes dans la société algérienne plutôt qu'à son isolement. En outre, ces jeunes ne considèrent pas la société virtuelle comme un substituant à la réalité, mais plutôt comme son complément. Nous avons également constaté que Facebook affecte les représentations des utilisateurs sur la réalité, mais cet effet n'est pas isolé de l'impact du contexte social et des variables sociodémographiques de ces utilisateurs.

مقدمة

مقدمة:

يُعتَبَرُ البحث في بناء الحقائق الاجتماعية لدى الناس من المسائل القديمة التي اهتمت بدراستها مختلف المجالات البحثية؛ هذه الأخيرة التي كانت تربط على الدوام هذا البناء بوسائل الاتصال التي كانت منتشرة في كل عصر، وهذا على اعتبار أن هذه الوسائل تعد بمثابة وسيط فعلي وأساسي لانتقال الحقائق من فرد إلى فرد آخر أو جماعة، ومن جيل إلى جيل آخر، فكان الاهتمام في البداية مُنصَّبًا على اللغة، ومن ثم الكتابة، الصحافة...، ووصولًا إلى الإنترنت اليوم ومن أبرز الحقائق التي كان يركز عليها البحث نجد "حقيقة الحياة اليومية" التي تشتمل على أبعاد عدة منها ما يتعلق بما يحمله الفرد حول ذاته من أفكار وتصورات، ومنها ما يختص بروابطه الاجتماعية، وكذا بما له علاقة بتصويراته حول محيطه الاجتماعي.

وبالحديث عن الإنترنت كأحدث وسيلة اتصالية-إعلامية نجد أن الحياة اليوم قد غدت على إثرها وخاصة في ظل انتشار الشبكات الاجتماعية مجزأة بين عالمين: أحدهما واقعي فعلي والآخر افتراضي رقمي، فباتت بهذا مختلف ممارستنا الاجتماعية، وأفكارنا مرتبطة بدورها بكل منهما، وهذا ما فتح المجال للنقاش حول التمثلات الاجتماعية التي يحملها المستخدمون -الشباب تحديدًا- حول الوسيلة في حد ذاتها، وحول الآخرين، وبما يتصل أيضا بذواتهم وهوياتهم في المجتمعات الافتراضية؛ -وعلى وجه الخصوص من خلال الفايبروك- سواء أكان هذا من حيث طبيعة بنائها أو أساليب عرضها، وكذا بما يتعلق بنظرة هؤلاء الشباب لواقعهم المعاش في خضم هيمنة الشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات، وكوسيط اتصالي على حيز كبير من الحياة الاجتماعية، وهذا كله أدى إلى ضرورة التعمق في البحث حول هذا الموضوع للخروج بنتائج علمية دقيقة تختص باتجاهات الشباب الجزائري نحو الحياة اليومية في ظل تموقعهم ما بين العالم الافتراضي والواقعي.

وللقيام بذلك قمنا بتقسيم أطروحة البحث إلى خمسة فصول؛ حيث عُنونَ الفصل الأول ب"موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية"؛ والذي اشتمل على إشكالية البحث والتساؤلات الرئيسية له والمنهج المعتمد، أداة البحث، العينة، الدراسات السابقة...، بالإضافة إلى مختلف الخطوات المنهجية الأخرى المتبعة لإنجاز هذه الدراسة، أما الفصل الثاني فجاء عنوانه تحت مُسمى "من البناء الاجتماعي للحقائق إلى البناء الإعلامي للحقائق الاجتماعية"، حيث تم التركيز هنا على

عرض أهم الأطروحات التي حاولت تطير مفهوم "الحقائق الاجتماعية" وكذا علاقة وسائل الإعلام بهذا المفهوم وبناءاته، وكيف تم التحول في البناء الاجتماعي للحقائق من الاتصال الشخصي إلى الاتصال الجماهيري، في حين أن **الفصل الثالث** قد حمل عنوان "المظاهر البنيوية الجديدة للحقيقة الاجتماعية في الفضاء الافتراضي"، والذي تم من خلاله تسليط الضوء على الميكانيزمات الجديدة لبناء الحقائق الاجتماعية؛ والتي تشكلت على إثر ظهور المجتمعات الافتراضية، أما **الفصل الرابع** فقد عُنونَ بـ "الحياة الافتراضية ما بين الاتصال والانفصال عن الواقع وعن الذات"، وهذا الفصل تم التركيز فيه بشكل كبير على إشكالية الفصل أو الربط بين المجتمع الافتراضي والمجتمع الواقعي كما تم الاهتمام فيه أيضا بمسألة هوية الفرد كبناء وكعرض للذات، فضلا على محاولة تبيان تأثير الإنترنت والشبكات الاجتماعية على جوانب عديدة من الحياة اليومية للشباب؛ خاصة مسألة الاندماج الاجتماعي، فمختلف هذه الفصول التي تلت الجانب المنهجي للدراسة تدخل ضمن إطار الجانب النظري، أما **الفصل الخامس والأخير** فكان يختص بالجانب الميداني الذي تضمن عرض وتحليل وتفسير وتأويل البيانات، ومناقشتها ومن ثم تم عرض النتائج العامة للدراسة.

الفصل الأول

موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

1-موضوع الدراسة:

- 1.1. إشكالية الدراسة
- 2.1. تساؤلات الدراسة
- 3.1. مبررات اختيار الموضوع
- 4.1. تحديد المفاهيم
- 5.1. الدراسات السابقة
- 6.1. الخلفية النظرية للدراسة

2-الإجراءات المنهجية:

- 1.2. مجالات الدراسة
- 2.2. عينة الدراسة
- 3.2. نوع الدراسة
- 4.2. المنهج المستخدم
- 5.2. أدوات جمع البيانات
- 6.2. إجراءات الصدق والثبات
- 7.2. المعالجة الإحصائية للبيانات وأساليب تحليلها

1-موضوع الدراسة:**1.1. إشكالية الدراسة:**

لقد اختلفت الآراء منذ القديم اتجاه مفهوم الحقيقة، وهذا باختلاف طرق التفكير فيها، حيث كانت تشير إلى كيفية تشكُّل المعرفة لدى الإنسان حول كل ما يوجد في هذا العالم، كما كان يُنظَرُ إليها في البداية بأنها أمر يتطلب على الدوام حالة من الإثبات، وباعتبارها كأمر مفروغ منه بما هو خارج عن الأفعال الاجتماعية للأفراد، ولكن مع مرور الوقت وكذا تطور العصور برز طرح مغاير؛ حيث أصبح الاعتماد بالدرجة الأولى قائم على الإنسان كفاعل اجتماعي يستطيع بناء الحقائق في سياق المجتمع الذي يعيش فيه، سواء كان هذا من خلال اللغة أو باقي وسائل الاتصال التي ظهرت فيما بعد، حيث أصبحت الحقيقة بهذا تؤسس اجتماعيا، وبالتالي أصبح هناك تمييز واضح بين الحقيقة الاجتماعية التي من الممكن أن تختلف من مجتمع إلى آخر، ومن ثقافة إلى أخرى، وبين باقي الأنماط الأخرى للحقيقة، ولم يكن البحث في بناء الحقائق الاجتماعية مقتصرًا على مجال معرفي محدد لا غير، وإنما اهتمت بدراسة هذا المفهوم مجالات علمية معرفية متعددة، والتي نجد من بينها الدراسات الاتصالية والإعلامية، والتي حاولت معالجة هذا الموضوع سواء على صعيد الاتصال الشخصي أو حتى الاتصال الجماهيري؛ حيث ركزت جهودها في محاولة تبيان دور كل منهما في عملية البناء الاجتماعي للحقائق.

ويمكن القول هنا بأن بداية الاهتمام بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام وبناء الواقع الاجتماعي تحديدا تعود إلى ظهور الصحافة وما قدمه ولتر ليبمان (Walter Lippmann) من أفكار حول دورها في بناء المعاني لدى القراء الصحفيين وتبيان وظيفتها في تشكيل صور حقيقية أو زائفة عن الواقع المعاش، كما نجد هذا النمط من البحوث أيضا فيما جاء به جيربندر (Gerbner George) في نظريته حول التنقيف (Cultivation theory) والتي حاول من خلالها تبيان دور التلفزيون في اكتساب المعاني لدى الجمهور حول الواقع الاجتماعي، ومحاولة تفسير الآليات التي يعمل من خلالها لتشكيل هذا البناء، ومعرفة أثر ذلك على سلوك الجماهير في حياتهم اليومية، وفي نفس الاتجاه البحثي نجد إسهامات المدرسة التفاعلية الرمزية التي اهتمت بدراسة بناء المعاني والصور الرمزية، الاتصال الإنساني، التفاعل الاجتماعي، ووسائل الاتصال

الجماهيري، ومن ثم دراسة العلاقة بين هذه المتغيرات، ودور كل منها في عملية البناء الاجتماعي للحقيقة، وفي نفس السياق نجد الاتجاه الإثنوميثودولوجي، البنائية الاجتماعية، والاتجاه الفينومينولوجي الذي عالج شوتز (Schutz) من خلاله حقيقة عالم الحياة وكذا إسهامات برغر ولوكمان (Luckmann & Berger) اللذان ركزا جهودهما في دراسة حقيقة الحياة اليومية.

وتكمن أهمية وسائل الإعلام في بناء الحقائق الاجتماعية لدى الجماهير في أن هذه الوسائل، -وتكنولوجيا الاتصال الحديثة على وجه الخصوص- أصبحت تلعب دورا محوريا في حياتنا اليومية، ليس فقط على الصعيد المعرفي، كوسيط ناقل للمعلومات، الأخبار والمعارف والثقافة، أو كوسائل للترفيه والتسلية، وإنما كلاعب أساسي في تأطير أفكارنا وتفاعلاتنا مع ما تبثه هذه الوسائل من مضامين، ومع الآخرين أيضا، فتمركز هذه الوسائل في حياتنا يأخذ قوته من الوقت الكبير الذي نخصه لمتابعتها واستخدامها، مما يجعلنا لا نستطيع تجاهل دورها في بناء تمثلاتنا الاجتماعية، وما نحمله من أفكار حول ذاتنا وحول العالم الذي نعيش فيه، لاسيما أننا اليوم لا نكاد نستطيع التفكير خارج ما تقدمه لنا وسائل الإعلام، فمواقف الفرد واتجاهاته في كثير من الأحيان تتشكل على أساس ما يتلقاه منها.

ومن الجدير بالذكر أن الدراسات البحثية في هذا الصدد لم تقتصر على الصحافة، الإذاعة والتلفزيون والسينما فقط، وإنما تطورت تبعا لتطور الوسائل الإعلامية، فمع ظهور الإنترنت وسيادتها كأحدث وسيلة اتصالية وإعلامية في الوقت الراهن، ظهرت المجتمعات الافتراضية بما فيها من شبكات اجتماعية تواصلية، وسائط متعددة، مدونات ومواقع إلكترونية، لتجعل الإنسان في خضمتها يعيش في مجتمع لا حدود له، فهذا النمط من المجتمعات قد حمل معه نوعا اتصاليا جديدا (Virtual communication) مغايرا لما كان سائدا في الماضي، وأصبح التفاعل الاجتماعي تبعا له افتراضيا، أين يمكن أن تتفاعل مع آلاف المضامين، ومع أشخاص من خلفيات وثقافات متنوعة، من دون أن يتطلب ذلك الوجود المادي المشترك لذواتنا (Copresence) ومن دون وجود قواعد ومعايير اجتماعية ضاغطة. فالشبكات الاجتماعية اليوم وعلى رأسها الفايسبوك كبيئة افتراضية، باتت من غير الممكن إنكار وجودها الطاعي، حيث أصبحت جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية؛ بل أصبحت لدى العديد من الأفراد هي الفضاء الأنسب الذي يتم فيه عرض يومياتهم، مشاعرهم، مناسباتهم وعلاقاتهم، حتى ذهب البعض من الباحثين لاعتبارها واقعا موازيا

أو بديلا لحياة الناس الفعلية، على أساس أن هؤلاء الأفراد أصبحوا يعيشون حياتهم في هذه الشبكات أكثر مما يعيشونها في واقعهم الاجتماعي، خاصة بالنسبة لفئة الشباب والمراهقين الذين لا تكاد تخرج اتصالاتهم عن إطار البيئة الالكترونية؛ وبالتالي باتت أفكارهم، قيمهم، معتقداتهم وتصوراتهم ليست بمنأى عن تأثير هذه الشبكات، وكذا شخصياتهم، سلوكياتهم، اتجاهاتهم، باتت من الممكن أن تتبلور بناء على تفاعلهم مع ما تعرضه هذه الأداة، وهذا ما يَنْتُج عنه عدة تأثيرات منها ما هو إيجابي حسب بعض الباحثين، يتجسد في إدماج هؤلاء الشباب في مجتمعاتهم المحلية من جديد من خلال التفاهم حول القضايا والمسائل الاجتماعية والسياسية التي تهمهم، ومن خلال التعبير عن آرائهم ضمن فضاء حر، يختلف المتخصصون في تصنيفه عما إذا كان فضاء عموميا أو خاصا، في حين أن هذه الشريحة كانت مقصية اجتماعيا من أي تفاعل مع ما يحدث في مجتمعاتها من قبل، ومن جهة أخرى تبرز عدة إشكاليات تتعلق بتغيّر القيم والمفاهيم، وكذا طغيان الفردانية على اجتماعية الفرد؛ أي احتمالية أن يكون هذا الأخير اجتماعيا في عالم الشبكات أكثر من اجتماعيته في واقعه الفعلي على اعتبار أن هذه الشبكات الاجتماعية وخاصة الفيسبوك أصبحت تمثل البيئة المفضلة لبعض الشباب؛ وبالتالي يمكن أن يؤدي هذا إلى دخولهم في حالة من الاغتراب الاجتماعي، كما تُطرح إلى جانب هذا إشكالية الهوية الرقمية التي من الممكن أن تأخذ شكلا وهميا بعيدا عن الهوية الحقيقية للمستخدمين.

كل هذا يجعلنا نتساءل عن طبيعة تصور الفرد لذاته ولعلاقته بالآخر، وعن حقيقة الذات في هذه الشبكات، وعن حقيقة تموقع الأفراد ما بين العالم الافتراضي والواقعي، وإشكالية الاتصال والانفصال عن الواقع الحقيقي للناس، فالشباب الجزائري تحديدا ليس بمنأى عن هذه التساؤلات؛ خاصة في ظل اعتباره الفئة الأكثر استخداما للإنترنت والشبكات الاجتماعية في مجتمعنا، وفي ظل بروز عدة مظاهر تؤكد أن حياة هؤلاء الشباب أصبحت مزيجا بين ما هو واقعي وافتراضي، فنحن هنا سنحاول الكشف عما يحمله الشباب الجزائري من تصورات مما يمكننا من معرفة الحقائق الاجتماعية التي يحملونها في أذهانهم بما يتعلق بأبعاد محددة. ومن هذا المنطلق يمكن طرح الإشكال الرئيس التالي:

ما الحقائق الاجتماعية التي يبنها الشباب الجزائري في المجتمعات الافتراضية تحديدا من

خلال استخدامهم الفيسبوك؟

2.1. تساؤلات الدراسة:

- 1- ما طبيعة استخدام الشباب الجزائري للفايسبوك في حياتهم اليومية؟
- 2- ما طبيعة بناء وعرض ذوات الشباب الجزائري في الحياة اليومية الافتراضية عبر الفايسبوك؟
- 3- كيف يتصور الشباب الجزائري علاقته بالآخرين في سياق التفاعل الاجتماعي الافتراضي في الفايسبوك؟
- 4- هل يؤثر استخدام الشباب الجزائري للفايسبوك على اندماجهم في مجتمعهم المحلي وعلى نظرتهم لواقعهم الفعلي؟

3.1. مبررات اختيار الموضوع:

المكانة التي أصبحت تحتلها الشبكات الاجتماعية في حياتنا اليوم، وكذا الحجم الكبير الذي نخصه لاستخدامها في مختلف المجالات من الأمور التي دفعتنا إلى البحث في هذا الموضوع رغبة منا في التعرف على اتجاهات الشباب الجزائري نحو الحياة اليومية وهذا تحديدا على صعيد:

- 1- الرغبة في الكشف عن حجم وأنماط استخدامات الشباب الجزائري لموقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك".
- 2- محاولة التعرف على طبيعة بناء وعرض الذوات في المجتمعات الافتراضية، مما يمكننا من معرفة كيف يتمثل الشباب الجزائري ذواتهم عبر الفايسبوك.
- 3- محاولة الكشف عن تمثلات هؤلاء الشباب حول علاقاتهم الاجتماعية في الفضاء الافتراضي.
- 4- محاولة تبيان مسألة تموقع الشباب الجزائري بين العالمين الافتراضي والواقعي، فقد سبق لنا وأن صادفتنا حالات واقعية لأشخاص كانوا يتواجدون افتراضيا عبر الفايسبوك وبعد التخلي عن هذا التواجد فقدوا إحساسهم بالانتماء إلى مجتمعهم الواقعي، فقد فقدوا حضورهم الاجتماعي الواقعي بتخليهم عن ذلك الوجود الاجتماعي الافتراضي، وكما تفككت علاقاتهم الاجتماعية واضمحلقت لأنهم لا يتواصلون افتراضيا، وهذا ما أدى إلى دخولهم في حالة من العزلة الاجتماعية في الواقع بدل حدوث هذه الحالة بفعل الانغماس في العالم الافتراضي، وهذه العزلة لم تكن على صعيد العلاقات فقط، بل حتى على صعيد المعرفة اليومية، وهذا ما أدى فيما بعد إلى رجوع هؤلاء الأشخاص إلى الدخول في هذه العوالم الافتراضية لإثبات وجودهم، وكان هذا كحتمية لا مفر منها، وهذا ما كان حسب وجهة نظرنا يستدعي الدراسة والبحث والتحليل.

4.1. تحديد المفاهيم:

1.4.1. مفهوم الشباب:

لغويا:

يُغنى بالشباب: "الفتاء والحداثة، شب يشب شبابا وشبيبة"، فالأصمعي يقول في شرحه لهذا المفهوم: "شب الغلام يشب شبابا وشبيبا". والاسم هنا هو: الشبيبة وهو خلاف الشيب، والشباب جمع شاب، وكذلك الشبان، ويقال: "أعيتني من شبِّ إلى دبِّ" بمعنى "من لدن شبيت حتى دببت على العصا"، ويقال أيضا: "فعل ذلك في شبيته ولقيت فلانا في شباب النهار أي في أوله"¹.

اصطلاحا:

يختلف الباحثون في تحديد مفهوم الشباب وهذا باختلاف العلوم التي ينتمون إليها، فهناك من يحدد هذا المفهوم انطلاقا من وجهة نظر نفسية، بينما يحدده آخرون بناء على خلفية اجتماعية، أو حتى زمنية عمرية، ومن زاوية بيولوجية لدى البعض الآخر.

1-الاتجاه الزمني (العمرى):

يختلف الباحثون في تحديد مرحلة الشباب التي تتداخل مع مفهوم آخر وهو المراهقة، فهذان المفهومان هما متداخلان إلى درجة كبيرة، هذا ما يفسر الاختلاف في تصنيف هذه المراحل العمرية إلى فئات محددة حسب سن معين، فهناك من يرى أن الشباب (the youth) هو مرحلة من العمر تمتد من سن البلوغ أي حوالي السنة الثالثة عشر وحتى عمر الواحد والعشرون أي حتى سن الرشد، وهذه المرحلة الممتدة ما بين 13 إلى 21 تعود علماء النفس والتربية على تسميتها بمرحلة المراهقة (Adolescence)، وهذه المرحلة قد تبدأ قبل هذا العمر بقليل أو تزيد عن ذلك لهذا يُطلق على هذه المرحلة اسم (Teen agers)، ومن السهل تحديد بدايتها التي تتم عادة بالبلوغ الجنسي (Puberty)، وهذه المرحلة قد تستمر حتى الثلاثين، فالكثير من الباحثين عادة ما يستخدمون عبارة (مشكلات المراهقين والشباب) قاصدين بذلك الشباب الذين هم في عمر المراهقة.

¹ ابن منظور، معجم لسان العرب، دار نوبليس، ط1، 2006 ص181-182.

وقد عمد العلماء إلى تقسيم فترة الشباب إلى مرحلتين: المرحلة الأولى وهي المراهقة التي تمتد من سن 13 إلى 21 وتسمى أحيانا بمرحلة الفتوة أي من بداية البلوغ والقدرة على الإنجاب والنسل وحتى سن الرشد الذي يحدده القانون بـ 21 سنة (في الجزائر السن القانوني هو 19 سنة) ثم تأتي مرحلة الشباب الثانية وتمتد من سن الرشد أي من عمر 21 سنة وحتى عمر الثلاثين، وحيث يستطيع الفرد تحمل مسؤولية نفسه.

ويذهب أحمد فؤاد الشربيني إلى القول أن فترة الشباب هي فترة النمو أو التطور الإنساني التي تتصف بسمات خاصة ومميزة وتنقسم هذه الفترة من وجهة نظره إلى أربعة مراحل فرعية هي:

- 1- **مرحلة المراهقة:** وتمتد من 12 حتى 15 تقريبا وتتصف بسرعة نمو الجسم، وظهور الأعراض الجنسية الثانوية، وما يصاحبها من تغيرات فسيولوجية، وغددية هرمونية.
- 2- **مرحلة اليقوع:** وتمتد من 15 حتى 18: يتم في هذه المرحلة استمرار النضج الجسمي بسرعة أقل، مع زيادة نضج الوظائف الجنسية.
- 3- **مرحلة الشباب المبكر:** تمتد من 18 حتى 21 وفي هذه المرحلة تتجه التغيرات الوجدانية والنفسية نحو الاستقرار ويصل فيها النمو العقلي إلى مداه.
- 4- **مرحلة الشباب البالغ:** تمتد من 21 سنة حتى 30 سنة، وتتم في هذه المرحلة عمليات النضج العضوي والقدرة على التكيف مع ظروف الحياة.¹

نجد أيضا محمد سيد غلاب في بحثه الذي قدمه في المؤتمر الأول لوزراء الشباب العربي يقول أنه من الأفضل أن نعتبر فترة الشباب هي المرحلة التي تقع بين 15 و30 سنة، وهذا ما يقارب التحديد الدولي لفترة الشباب التي قُرِرَ أنها تبدأ من سن 15 وتمتد حتى سن 25، ويؤيد بعض علماء النفس هذا التحديد من الناحية النظرية أكثر مما هو عليه من الناحية الواقعية أو العملية حيث أننا كثيرا ما نجد أو نصادف في حياتنا العادية من هم شباب بأعمارهم ولكنهم شيوخ هرمون بقدراتهم وحيويتهم ونشاطهم وحماسهم.... وإنتاجهم، والعكس صحيح، فالشباب ليس فقط

¹ فيصل محمد خير الزراد، مشكلات المراهقة والشباب في الوطن العربي: في الصحة النفسية، دار النفائس، ط2، بيروت، لبنان، 2004، ص12.

مرحلة زمنية محددة بالعمر وإنما بما يقدمه الفرد من صفات شابة وأعمال مفيدة تساهم في بناء المجتمع¹.

2-الاتجاه البيولوجي:

وهو الذي يؤكد على ارتباط مرحلة الشباب باكتمال البناء العضوي للفرد من حيث الطول واكتمال نمو كافة الأعضاء والأجهزة الوظيفية الداخلية والخارجية في جسم الإنسان، ويُعلِّون ذلك بأن نمو الجسم الإنساني لا يتم بمعدل سرعة ثابتة بعد الميلاد، حيث ينمو سريعاً في السنوات الأولى من العمر وبعدها يبدأ معدل النمو في البطء التدريجي حتى يتوقف تقريباً في سن الواحدة والعشرين إلا بالنسبة للمخ فإنه يستمر في النمو حتى يصل إلى أقصى درجة في سن الثلاثين وعلى أساس هذا يحدد علماء البيولوجيا سن الشباب ما بين 16-30 باعتبارها الفترة التي تحتوي على أقصى أداء وظيفي للجسم والعقل معاً².

3-الاتجاه النفسي:

يرى علماء النفس أن مرحلة الشباب ترتبط باكتمال البناء الدافعي والانفعالي للفرد في ضوء استعداداته واحتياجاته الأساسية واكتمال نمو كافة جوانب شخصيته الوجدانية والمزاجية والعقلية بشكل يُمكنه من التفاعل السوي مع الآخرين في المجال الاجتماعي³، فأنصار هذا الاتجاه يرون أن الشباب ليس مرحلة عمرية تتحدد بسن معينة، وإنما حالة نفسية لا علاقة لها بالعمر الزمني فأنت شاب بمقدار ما تشعر بالحيوية والحماس والحركة والطموح والأمل في الحياة، وأهمية الدور المناط بالفرد، وهذا الاتجاه يعكس نظرة الإنسان للحياة؛ فبمقدار ما يشعر بأنه يتمتع بالحيوية والشباب وبمقدار ما يستطيع أن يُؤدِّد في الآخرين الرغبة في العمل والحياة يكون شاباً، وحين يخفق في ذلك يشعر باليأس والإحباط والرغبة في الهروب من الحياة، وهذه بدايات مرحلة الشيخوخة.

¹ فيصل محمد خير الزراد، المرجع السابق، ص13.

² محمد سيد فهمي، أمل محمد سلامة، إدارة الأزمة مع الشباب، د.ط، المكتب الجامعي الحديث، 2012، ص128-129.

³ المرجع نفسه، ص129.

4-الاتجاه الاجتماعي:

وهو الذي يرى أن فترة الشباب تبدأ حينما يحاول بناء المجتمع تأهيل الشخص لكي يحتل مكانة اجتماعية ويؤدي دورا أو أدوارا في بنائه، وتنتهي حينما يتمكن الشخص من احتلال مكانته وأداء دوره في السياق الاجتماعي وفقا لمعايير التفاعل الاجتماعي¹.

إجرائيا: نعني بالشباب في هذه الدراسة أولئك الأفراد الجزائريين الذين ينتمون إلى مرحلة عمرية محددة لها خصائصها ومميزاتها النفسية والبيولوجية والاجتماعية، والتي حددناها ما بين سن 18 حتى سن 36.

2.4.1. المجتمعات الافتراضية:**اصطلاحا:**

اختلفت وتعددت تعريفات المجتمعات الافتراضية، والتي نجد من أبرزها:

- يُعرف **محمد منير حجاب** المجتمع الافتراضي بأنه: "مجتمع يتكون من أشخاص متباعدين جغرافيا، ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتم عبر الشبكات الإلكترونية، وينتج بينهم نتيجة لذلك نوع من الإحساس بالولاء والمشاركة.
- ويعرفه **سرج برو (Serge Proulx)**: " بأنه العلاقة التي تنشأ بين مجموعة من مستخدمي منتديات النقاش والدرشة الإلكترونية، وهؤلاء المستعملون يتقاسمون الأذواق والقيم، الاهتمامات، والأهداف المشتركة".
- أما **شرام (Shramm)** فيعرف المجتمع الافتراضي بأنه: " عملية تقاسم فضاء اتصال مع أشخاص لا نعرفهم، وغالبا ما يتم هذا في الوقت الحقيقي، وهو عبارة عن انعكاس للواقع الحقيقي، لكن لا يوجد فيه أشخاص فعليون واتصالات حقيقية كما في الواقع، وهو عبارة عن جمهور جالسون أمام شاشة الكمبيوتر للتواصل مع بعضهم البعض".
- يمكن تعريفه أيضا بأنه: "عبارة عن مجموعة أفراد يستخدمون تطبيقات الانترنت الاتصالية تعرفوا على بعضهم البعض وشكلوا علاقات افتراضية ويتفاعلون افتراضيا، ولهم قواعد

¹ ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، ط2، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص46.

ومعايير خاصة بهم، ولهم نفس الاهتمامات والأفكار وهذا ما يجعلهم يبنون علاقات وطيدة، مثل تلك التي تُشكّل في الواقع الحقيقي"¹.

بصفة عامة، المجتمع الافتراضي يعني جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية أو أواصر عرقية أو قبلية أو سياسية أو دينية، يتفاعلون عبر وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، ويطورون فيما بينهم شروط الانتساب إلى الجماعة وقواعد الدخول والخروج وآليات التعامل والقواعد والأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها. وبتعبير دي موور ووايجاند (Weigand and De Moor): المجتمع الافتراضي هو "نظام اجتماعي تكنولوجي". حيث يجب توفر مجموعة من العناصر لتشكّل هذا المجتمع ألا وهي:

1- جماعة من البشر، تزيد وتنقص، تكبر وتصغر، وفق شعبية الموقع وسهولة استخدامه، غير أنّ هويّات أفراد هذه الجماعة تبقى موضع تساؤل وريبة ما لم يكن لها وجود حقيقي معلوم في العالم الواقعي.

2- اهتمامات مشتركة - بالأدب أو العلوم أو الفنون أو الصناعات أو الهوايات أو غير ذلك، وقد تكون الاهتمامات "تافهة"، أو غير جادة، أو جانحة غير مقبولة من وجهة نظر من لا ينتمون إلى الجماعة أو المجموعة.

3- تفاعل يتّصف بالاستمرارية وسرعة الاستجابة، من هنا لا يُعدّ البريد الإلكتروني مجتمعاً افتراضياً، إلا إذا صاحبه الدردشة والرسائل النصية الفورية، وتشمل التفاعلات تبادل المعلومات والدعم والنصيحة والمشاعر وفق طبيعة الجماعة أو المجتمع الافتراضي.

4- وسيلة وفضاء للتواصل - منتدى أو غرفة دردشة أو موقع تواصل اجتماعي أو مجموعة بريدية أو مدونة، أو غير ذلك.

5- شروط عضوية - كلمة مرور واسم مستخدم وبيانات وقواعد تنظّم المشاركة والتفاعل، وما إلى ذلك، ومن بين هذه الشروط ما يميّز الجماعات والمجتمعات البشرية التقليدية، كالتفاعل والقواعد

¹ إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1433هـ/2012، ص 87.

التي تنظم حركة الحياة والعلاقات الإنسانية، غير أنّ الميزة المهمة التي تنفرد بها المجتمعات الافتراضية، بالإضافة إلى ما يرد فيما يلي، هي انهيار الحدود الجغرافية والعرقية والقبلية التي ظلت تتشكّل منها الجماعات والمجتمعات لآلاف السنين. كما لا يحدث التواصل في المجتمعات الافتراضية وجها لوجه (face-to-face)، بل من خلال قنوات اتصال إلكترونية تستخدم فيها الكلمة والصورة والصوت، أو ما ينتج عن مزج هذه الطرائق.¹

إجرائيا: نقصد من خلال هذه الدراسة بالمجتمع الافتراضي ذلك الفضاء الإلكتروني الذي يتمثل في الشبكة الاجتماعية "الفايسبوك"، الذي يُعدّ مجالا للبحث في هذه الدراسة، هذا الأخير الذي يعتبر من بين الشبكات الأكثر استخداما من طرف الشباب الجزائري، والذي يتيح لهم التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض، كما يتيح لهم أيضا إمكانية التفاعلية مع مختلف المحتويات الإلكترونية التي يتم نشرها عبر هذا الفضاء.

3.4.1. الاستخدام:

اصطلاحا:

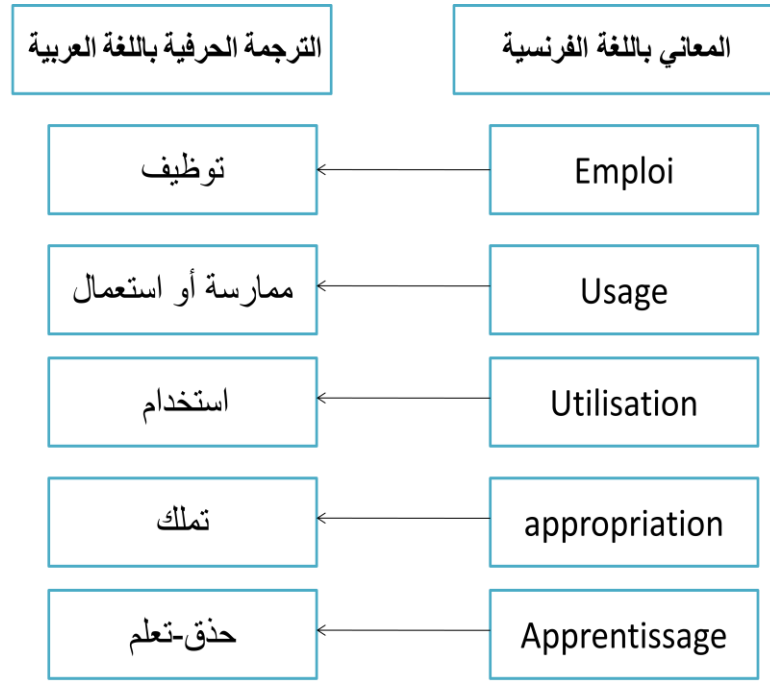
يغطي في الواقع هذا المفهوم معاني متعددة ومختلفة، فكلمة استخدام تُوظفُ كمرادف للاستعمال أو الممارسة في بعض الأحيان، وفي أحيان أخرى كمرادف للتملك، ويُردُّ الغموض الذي يُلفُّ مفهوم الاستخدام كما يلاحظ ذلك بيار شومبات (Pierre Chambat) إلى كونه يُستعملُ في آن واحد للكشف عن تمثلات ووصف وتحليل السلوكيات إزاء تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة²، ويشير هذا الباحث إلى المعاني المختلفة لهذا المصطلح على النحو الآتي:

¹ عبد العال الديربي، المجتمعات الافتراضية: التعريف، التطور، والغايات،

http://accronline.com/article_detail.aspx?id=9683، الأحد 20 سبتمبر 2015، الساعة

.22:48

² عبد الوهاب بوخنوفة، شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والإنترنت، محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات، كتاب أشغال الملتقى الدولي: الشباب والاتصال والميديا، منسق الملتقى جمال الزرن، معهد الصحافة وعلوم الأخبار - مؤسسة كونراد أديناور - وحدة البحث في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تونس، 16/15/14 أبريل 2010، ص285.



شكل رقم (1): المعاني المتعددة لمفهوم الاستخدام¹

وتحديد هذه التصنيفات لم يستطع إزاحة الغموض حول هذا المصطلح خاصة في علاقته بمفهوم (الممارسة)، فالباحثة "جوزيان جوي (Josiane Jouët) قد أكدت على ضرورة التفريق بين هذين المفهومين؛ فالاستعمال حسب وجهة نظرها هو مفهوم ضيق يحيل إلى مجرد استعمال عشوائي أو غير منتظم للتقنية، في حين أن الممارسة هي أشمل؛ فهي لا تغطي استعمال التكنولوجيات فحسب، بل تمتد لتشمل أيضا سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم، وتمثلاتهم التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالأداة (التقنية) أيضا"². ومن الجدير بالذكر هنا أن هذه التفرقة لم يتم تبنيها من قبل الباحثين الذين تناولوا هذه المسألة من بعدها، وكما ظل الغموض قائما إلى غاية ظهور مفهوم الاستخدام الاجتماعي أو الاستعمالات الاجتماعية على يد الباحث سيرج برو (serge

¹ الشكل هو مقترح من قبل الباحثة، أما المعلومات الواردة فيه، فهي مستمدة من المرجع الموالي:

ثرثا السنوسي، تكنولوجيات الاتصال ومسألة الاستعمالات: المقاربة النظرية والتغلغل الاجتماعي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة-الجمهورية اللبنانية، 2016، ص24.

² عبد الوهاب بوخنوفة، شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص286.

(proulx)¹ أين أصبح مفهوم الاستخدام يقترب أكثر فأكثر إلى الممارسة وعملية تبني التصورات الاجتماعية.

ويشير مفهوم الاستخدام حسب برو (Proulx) إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية، كما يشير أيضا إلى مسألة استعمال وسيلة إعلامية أو تكنولوجية يكون قابلا للاكتشاف والتحليل عبر ممارسات وتمثيلات خصوصية²، "فوسولوجيا الاستخدامات عادة ما تنظر إلى المستخدم كفاعل مستقل، والاستخدامات الاجتماعية هي أنماط من الاستعمالات تبرز بشكل متكرر في صيغة عادات اجتماعية مندمجة على نحو كاف في يوميات المستخدمين كي تكون قادرة على المقاومة كممارسات خصوصية"³، فالاستخدامات هنا والممارسات مرتبطة ارتباطا وثيقا بالتصورات التي يحملها الأفراد حول الأشياء التقنية⁴؛ "فالتصورات لها دور حاسم في تشكيل وتوجيه الممارسات، كما تساهم الممارسات بدورها في بناء التصورات، فالدراسات التي بحثت في هذه العلاقة قد اهتمت بموضوع دلالات الاستخدام التي تشير إلى التصورات والقيم التي تستثمر في استخدام تقنية ما، فاندماج هذه التقنيات في الحياة اليومية للمستخدمين لا يتوقف على الخصائص الداخلية أو الفعالية أو التعقيد (للتكنولوجيا)، وإنما على الدلالات (التصورات) التي يبنها المستخدمون بشأن تلك التكنولوجيا، وهي ناتجة عن المجتمع والتجربة الشخصية للمستخدم"⁵.

وكما نجد في نفس السياق جويل (Le Marec Joëlle) يُعرف الاستخدامات بأنها الممارسة الاجتماعية التي يجعلها التقادم أو التكرار عادية في ثقافة ما؛ فمفهوم الاستخدام يتم النظر إليه "باعتباره نشاطا اجتماعيا وثقافيا يدخل على المنظومة السلوكية السابقة الوجود فالاستخدام هنا لا يصبح مجرد فعل عابر منفصل عن التكوين النفسي والمادي لشخصية الفرد المستخدم، بل يتخذ شكل نماذج استخدامه تتجلى أساسا في التكرار والاستمرار الذي يحيلها إلى

¹ ثريا السنوسي، المرجع السابق، نفس الصفحة.

² عبد الوهاب بوخنوفة، المرجع السابق، ص 285.

³ عبد الوهاب بوخنوفة، الأطفال والثورة المعلوماتية: التمثل والاستخدامات، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 2، د.ب، 2007 ص 73.

⁴ السعيد بومعيزة، المعول والمحلي في الممارسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري: دراسة ميدانية، كتاب خاص بالملتقى الدولي: الشباب والاتصال والميديا، مؤسسة كونراد أديناور، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، وحدة البحث في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تونس، 2010، ص.ص 209-212.

⁵ المرجع نفسه، ص 213.

عادات متكاملة مع باقي ممارسات الحياة اليومية للمستخدم، بهدف فرضها ودمجها عمليا في إطار الموروثات الثقافية المسبقة، والتي قد تندمج فيها أو تتباين عنها"¹.

ووفقا لهذا لا يمكن دراسة الاستخدام خارج إطار الممارسة، وهذه الأخيرة (الممارسة) تختلف من سياق لآخر، فأنماط استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال تتدرج ضمن سياق خاص بالممارسات الاجتماعية مثل: ممارسات نظام العمل، أوقات الفراغ، العائلة.... وهي الأخرى تمكننا من فهم الاستخدام، وكما يتأثر كل هذا بطبيعة النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه الفرد².

"ويرجع أصل الاهتمام بدراسة الاستخدامات في شكلها الحالي إلى الباحث ميشال دو سارتو (Michel de Certeau) الذي كان قد قدم العديد من التساؤلات التي تتعلق بالممارسات اليومية في مجال التكنولوجيا؛ خاصة تلك التي تربط بين طبيعة الاستخدامات المتوقعة والاستخدامات الفعلية، كما يعود الاهتمام بهذا المفهوم إلى الانتشار الكبير للحاسوب وكذا تطور التقنيات الرقمية فاستخدام هذه الوسائط كان يُنظرُ إليه على أساس أنه عامل محفز للمبادرة الشخصية، والحرية الفردية، وكوسيلة للتخفيف من وطأة وسائل الإعلام التقليدية.

وكما ينبغي الإشارة هنا أيضا إلى علاقة مفهوم الاستخدام بمقرب التملك؛ الذي يوضح الفوارق في الاستخدام والمستخدمين بالتركيز على البناء الاجتماعي للاستخدام، وتحديدًا عن طريق المعنى الذي يكتسبه بالنسبة للمستخدم، حيث يهتم بعملية إدماج الأشياء التقنية في الحياة اليومية للأفراد، فلقد عكف الباحثون من خلال هذا المقرب على محاولة توضيح أهمية بناء الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية للأفراد في عملية تملك تكنولوجيا الإعلام والاتصال"³، وفي غالب الأحيان يشترك مفهوم التملك مع مفهوم الاستخدام وكذا الممارسة، "فالتملك هنا هو الصيرورة التي تشير إلى مختلف أشكال التحكم التي يمارسها الفرد في محيطه بما في ذلك: الأشياء، التجهيز والاتصال، التمثلات، وأشكال التوظيف، ويعرف سيرج برو (Proulx) التملك بأنه: التحكم التقني

¹ أحمد عبدلي، الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال: الإنترنت نموذجاً-مقاربة نظرية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الأغواط، العدد 6، الجزائر، ص52.

² مهدي سامية، مواقع الشبكات الاجتماعية: قراءة في سوسيولوجيا الاستخدام، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي، العدد 20 ديسمبر، الجزائر، 2016، ص170.

³ السعيد بومعيزة، المعولم والمحلي في الممارسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص.ص 209-212.

والإدراكي والمعرفي والإدماج الابتكاري لعناصر الثقافة الرقمية في الحياة اليومية للمستخدمين الأفراد أو الجماعات، ومسألة التملك تحيل بصورة محتومة إلى الدلالة الاجتماعية التي تضيف على الأداة من قبل الشخص الذي يسعى إلى تملك الشيء، وكما يرتبط مفهوم التملك بمفهوم الهوية وتأكيد الذات، ذلك أننا لا نمتلك إلا ما نستطيع التعرف على أنفسنا فيه، وما نستطيع أن نحوله أو نجعله شبيها لما نحن عليه، وهناك عدة نماذج للتملك حددتها النظرية المكيفة (*théorie de la structure adaptive*)؛ فهناك نموذج موجه نحو المهام والعمليات؛ أي كيف تستخدم التكنولوجيا في الحياة اليومية للفرد، والنموذج الموجه نحو الحياة في المجتمع، وتوظيف التكنولوجيا لإقامة العلاقات الاجتماعية، والنموذج الأخير هو مزيج بين هذين الاثنين¹.

إجرائيا:

لا يختلف مفهوم الاستخدام في هذه الدراسة عما قُدمَ من تعريفات حول مفهوم "الاستخدام الاجتماعي" على وجه الخصوص، والذي يرتبط بالدرجة الأولى بالممارسات الاجتماعية وكذا بالتصورات التي تتشكل بناء على هذا الاستخدام، وتشمل الممارسة الاجتماعية هنا العديد من العمليات، والتفاعل، بناء وعرض الذوات، بناء الروابط الاجتماعية،.... كل هذا يدخل ضمن هذه الممارسات، فالاستخدام هنا يُعدُّ عاملا مساهما في إنتاج ما يحمله المستخدمون من تمثلات. حول إدماج الفايبريوك كمجتمع افتراضي في حياتهم اليومية، كما يُعنى هذا المفهوم أيضا بجانب من جوانب مفهوم التملك تحديدا فيما يختص بمسألة الهوية عبر المجتمعات الافتراضية.

4.4.1. الحقيقة الاجتماعية:

لغويا:

اشتقت الحقيقة من الحق، فهي في اللغة مأخوذة من حق يحق حَقًّا وحقيقةً، ويقال حق الشيء إذا وجب وثبت، فقد قال تعالى: ﴿كَذَلِكَ حَقَّتْ كَلِمَةُ رَبِّكَ عَلَى الَّذِينَ فَسَقُوا أَنَّهُمْ لَا يُؤْمِنُونَ﴾ [يونس.33]، ويقوله أيضا: ﴿نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ نَبَأَهُم بِالْحَقِّ إِنَّهُمْ فِتْنَةٌ آمَنُوا بِرَبِّهِمْ وَزِدْنَا هُمْ هُدًى﴾ [الكهف.13].

¹ عبد الوهاب بوخنوفة، الأطفال والثورة المعلوماتية، مرجع سبق ذكره، ص72.

والحقيقة في اللغة هي الثبوت والاستقرار والقطع واليقين، ومخالفة المجاز، وهي باختصار بمعنى الحق والصرف والوجوب¹، وقال ابن منظور في (لسان العرب): "بلغ حقيقة الأمر" أي يقين شأنه، والحقيقة في اللغة "ما أُقِرَّ في الاستعمال على أصل وضعه"².

اصطلاحاً:

يعتبر مفهوم الحقيقة الاجتماعية من بين المفاهيم التي يصعب بما كان حصرها في تعريف محدد، وهذا تبعا لاختلاف المقاربات التي حاولت تفسير هذا المفهوم وسبل تشكله، إلا أنه من الضروري لكي نستوعب هذا المفهوم أن نتطرق إلى ما يعرف بالبناء الاجتماعي من جهة، وإلى التطور الذي مس مفهوم الحقيقة في حد ذاتها من جهة أخرى، فنحن نقول هنا: "الحقائق الاجتماعية" أو "البناء الاجتماعي للحقائق"، فالعلاقة بين المفهومين السابقين تجسد لنا ما يحمله هذا المفهوم الأخير من معنى إبستمولوجي.

1- البناء الاجتماعي:

"البناء الاجتماعي هو أحد المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع، والذي نظر إليه المنظرون دوما باعتبارها يؤكد أحد طرفي الثنائية "البناء" و"الفعل"، والتي ينتظم حولها علم الاجتماع المعاصر ووجد هذا المصطلح على يد كل من أوغست كونت (Auguste Conte) وسبنسر (Herbert Spencer) ودوركايم (Durkeim) لوصف النمط المنظم للنشاط الاجتماعي، وأصبحت الفكرة المركزية المنظمة للنظريات البنوية الوظيفية التي شكلت الجانب الرئيس لعلم الاجتماع خلال القرن 20م، حيث تطورت اتجاهات جديدة على يد عدة بنيويين"³.

فهذا المصطلح قد عرّف تعريفات واستخدامات مختلفة باختلاف التيارات البحثية التي ينتمي إليها الباحثون الذين اهتموا بدراسته، وكذا بتوظيفه في مختلف أعمالهم، حيث يُعرّف البناء

¹ منصور عبد الحكيم، الحقيقة والباحثون عن الحقيقة عبر التاريخ وأعظمهم محمد صلى الله عليه وسلم، ط1، دار الكتاب العربي، دمشق-القاهرة، 2015، ص11.

² ابن منظور، لسان العرب، المجلد السابع، حرف الحاء (2)، دار نوبليس، ط1، 2006، ص 311.

³ جون سكوت، علم الاجتماع: المفاهيم الأساسية، ترجمة محمد عثمان، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2009، ص 78-79.

الاجتماعي بأنه هو الأساس أو الطريقة التي ينظر بها السوسولوجيون إلى الظاهرة الاجتماعية والتي من خلالها يوظفون أسئلتهم البحثية، ومن بين هذه الأسئلة العلاقة بين البناء الاجتماعي مثلا وبين مميزات استعمالات اللغة في الحياة اليومية، حيث تتم دراسة التعابير والآثار أو كما يسميها **غوفمان (Goffman)** بالمؤشرات، أو كالعلاقة بين ذلك والطبقات الإثنية والجنسانية والطبقات الاجتماعية، وغيرها¹، "فعندما نتكلم مثلا عن البناء الاجتماعي للأسرة في المجتمع الجزائري، فنحن نستحضر في أذهاننا تلك الجماعة الاجتماعية التي تشكلت بناء على قيم معينة ومراسيم زواج معينة، فاحتل فيها الرجل مركز الأبوة في الأسرة واحتلت المرأة فيها دور الأمومة وتكونت علاقات اجتماعية تحكمها عادات وتقاليد وأعراف، تحدد الحقوق والواجبات داخل الأسرة في ما بين أفرادها، وخارج الأسرة في علاقة هذه الأخيرة بالأسر والجماعات الأخرى، فهؤلاء الأشخاص وما يحتلونهم من مراكز وما يقومون به من أدوار، وتلك العلاقات وما ترمز إليه من أداء للحقوق والواجبات، وتلك القيم، العادات، التقاليد والأعراف، وما تمثله من أساس فكري وعقدي للأشخاص، الأدوار والمراكز، كل هذا يُفصّل به البناء الاجتماعي للمؤسسة الاجتماعية² والتي تنطوي على بناءات اجتماعية فرعية كما يتجلى ذلك من خلال هذا المثال.

ويمكن القول أن "التصور العام للبناء الاجتماعي هو مستعار من الفيزياء، البيولوجيا ومورفولوجيا الحيوانات والنباتات، واستخدمه **سبنسر (Spencer)** في بداية الأمر من خلال المماثلة بين الكائن العضوي والمجتمع، مما أدى إلى نشر وترويج مصطلح البناء الاجتماعي"³ فكلمة بناء تشير إلى "مجموعة من الأجزاء المترابطة التي تكون الجسم العضوي البيولوجي وأعضائه المختلفة، واستخدمها علماء الاجتماع للإشارة إلى المجتمعات باعتبارها وحدة تتكون داخليا من مجموعة من الأفراد المكلفين بمهام أو أنشطة خاصة، فالبناء الاجتماعي اعتُبر واصفا وشارحا لتكرار الأنماط التي تكون النظام الاجتماعي ويشتمل الترتيب الاجتماعي أو التنظيم الاجتماعي. **فدور كايم (Durkheim)** مثلا ينظر إلى المظاهر الجمعية للمجتمع التي تنظم

¹ H. Zimmermen, Deirore Boden, talk and social structure, studies ethnomethodology and conversation analysis, 1ed, Polity press, Combridge, UK, 1993, p 5.

² مراد زعيمي، علم الاجتماع: رؤية نقدية، د.ط، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 1425هـ/2004م، ص 242.

³ عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع الحديث، ترجمة إبراهيم جابر، ط1، دار المعرفة الجامعية، ص 409.

توقعات الناس في شكل نمط من المؤسسات الاجتماعية على أنها أشكال اجتماعية تحدد توقعات الناس إزاء بعضهم البعض، وفي المقابل تشكل هذه المؤسسات العلاقة الجمعية التي يدخل فيها الناس والصلات المتبادلة المؤقتة بينهم، وبين أعمالهم، وتتشكل هذه العلاقات الاجتماعية في ترتيبات متباينة الأجزاء البنائية للمجتمع مع وظائف محددة داخل المجتمع ككل، أما بارسنز (**Parsons**) فنجد أنه ينظر إلى البناء الاجتماعي على أساس أنه إطار أو هيكل عظيم لأي مجتمع، ويشمل هذا البناء الأنماط العرفية التي تحدد ما يجب الشعور به في مجتمع ما على أنه نمط (**mode**) مناسب أو شرعي أو متوقع للعمل أو للعلاقة الاجتماعية التي تتحكم بأعمال الناس من خلال تزويدهم بأنماط سلوكية محددة سلفاً¹. فسلوك الفرد يحدده ما هو متعارف عليه في المجتمع الذي ينتمي إليه، أما رادكيلف (**Radcliffe**) فيرى أن البناء الاجتماعي " يتألف من وحدات من الأشخاص أو الزمر الاجتماعية التي تتألف بدورها من أشخاص، فالمهم في البناء الاجتماعي هو دراسة العلاقات الاجتماعية المتبادلة التي تقوم بين هؤلاء الأشخاص أو تلك الزمر الاجتماعية، حيث يركز على التفاعل والترابط والاعتماد المتبادل بينهم وكذا ما يسميه بالتساند الوظيفي أيضاً².

من جانب آخر نجد أن الأعمال الحديثة التي كتبها كل من بنيويين عدة عن وجهات نظر مختلفة عن البناء الاجتماعي، أمثال أنتوني غيدنز (**Giddens**) وبيار بورديو (**Bourdieu**) قدّمت آراؤهم رسداً لجانب آخر ضروري لمفهوم شامل للبناء الاجتماعي، كما تأثر البنيويون بآراء لغويين آخرين أمثال نعوم تشومسكي (**Noami Chomsky**)، فبورديو (**Bourdieu**) مثلاً قد طور هذا المنهج بصورة كاملة وأكد أن القواعد تصبح مندمجة على أنها توجهات للفعل، وهي تحت واعية وتحت لغوية يتم ترميزها في العقل، ويمكن للناس أن يتصرفوا من خلالها بطرق روتينية، ومن دون تفكير في ما يقومون به³.

¹ جون سكوت، علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره، ص 79-80.

² ربيع الكردي، البنائية الجديدة في علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، ط1، مصر العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص 42.

³ جون سكوت، المرجع نفسه، ص 82.

كما أن المؤسسات والعلاقات الاجتماعية تصبح مشتركة أو محددة للتصرف بطريقة بعينها فالبناء الاجتماعي بمعناه العام يشير إلى:

"ترافق كل من هذه الظواهر البنوية الرئيسية والعلاقات المكتسبة في آليات التكرار والاستمرار التي تولد الأنماط التي وصفها دور كايم (Durkheim) بالحقائق الاجتماعية"¹.

2- الحقيقة: من المفهوم التقليدي إلى ما بعد الحدائي:

"ما الذي نعنيه عادة بالحقيقة؟ ماذا يعني كون الشيء حقيقياً؟ نقول مثلاً: "إنها فرحة حقيقية أن يساهم الفرد في إنجاز هذه المهمة"، ونريد أن نقول من خلال ذلك أنها فرحة واقعية خالصة فالحقيقي إذن هو الواقعي، وبهذا المعنى نتحدث عن الذهب الحقيقي بتمييزنا له عن الذهب المزيف، فالذهب المزيف ليس واقعياً وفعلياً ما يظهر أنه هو، فهو ليس سوى مظهر، ولذلك فهو غير واقعي، واللواقعي يُؤخذ عادة على أنه عكس الواقعي، فالذهب الأصيل هو هذا الواقع الذي تتفق واقعيته حالاً ودوماً مع ما نتصوره بالضبط عندما نفكر في الذهب، وعلى العكس من ذلك عندما نظن أننا أمام نحاس مُدَّهَب نقول: هذا شيء غير صحيح، فالشيء يتفق مع ما نُقَدِّرُ أن يكونه.

فالحقيقي سواء كان شيئاً أو حكماً، هو ما يتوافق ويتطابق، فالحقيقة والحقيقي يعينان هنا التوافق"²، وذلك بطريقة مزدوجة؛ أولاً: كتطابق بين الشيء وما نتصوره عنه، ثم: كتطابق بين ما يدل عليه الملفوظ وبين الشيء. هذه الخاصية المزدوجة للتوافق تُظهر التعريف التقليدي لماهية الحقيقية؛ فهي تطابق الشيء مع العقل، فقد يعني ذلك؛ الحقيقة هي تطابق الشيء مع المعرفة فهذان التصوران لماهية الحقيقة يقصدان دائماً التلازم ويعتبران الحقيقة إذن كتوافق³، وعلى العكس من ذلك، فاللاحقيقة هي عدم تطابق الموجود مع ماهيته أو الملفوظ مع الشيء⁴؛ فالحقيقة بهذا

¹ جون سكوت، المرجع السابق، ص 83.

² مارتن هايدجر، التقنية-الحقيقة-الوجود، ترجمة محمد سبيلا، عبد الهادي مفتاح، د.ط، المركز الثقافي العربي، لبنان، المغرب، د.س، ص 11-12.

³ المرجع نفسه، ص 13.

⁴ المرجع نفسه، ص 15.

المعنى تُفهم من خلال مقابلة الشيء مع نقيضه، أو من خلال إثبات صحة الشيء، والتوافق بين الدال والمدلول، فإدراك الحقيقة هنا كان يعتمد بالدرجة الأولى على الحواس الإنسانية.

" وعلى خلاف الموقف السفسطائي، لا ريب بوجود حقيقة ما لواقع ما، ولا ريب أيضا بإمكان معرفتها، وإلا امتنع القول وأصبح الكلام غير ذي جدوى، غير أن التسليم بذلك لا يعني بالضرورة أن نتصور الحقيقة على نحو يقيني ثبوتي باعتبارها الواقع عينه كما هو في جوهره الذي لا يحول أو باعتبارها تطابق الذهن معه وصدق الإخبار عنه، كما تم تصور الحقيقة في الخطاب الكلاسيكي، فابتداء من أرسطو الذي عرفها كونها تطابق الأحكام الذهنية مع الواقع العيني الخارجي ومروا بديكارت (Descartes) أصبح هناك طرح مغاير.

فديكارت (Descartes) قد أكد على "محورية ذاتية الذات، إذ معه عولجت مسألة الكائن والحقيقة من خلال مقولة الذات المفكرة المتيقنة لذاتها بفعل تمثيلها لذاتها، وبذلك يتحول الوجود لأول مرة كموضوع للتمثل، وتصبح الحقيقة عبارة عن اليقين الذي ينتج هذا التمثل، فالحقيقة هنا توصف على أنها بداهة التمثل"¹.

"والتفكير في مسألة الحقيقة في ما بعد لم يعد يهتم بالبحث عن بداهة التمثلات ومطابقة الأحكام، وصحة المعارف، بقدر ما أصبح يتجه إلى البحث في أنماط العلاقة بين المعرفة وموضوعاتها، أو بين المعرفة والحقيقة نفسها، وبين الفكر وإجراءاته، أو بين الفهم وأدواته أو بين الخطاب وآلياته، أو بين النص ولأعبيه، أو بين الذات واستراتيجياتها، هكذا لم تعد تُفهم الحقيقة في الفكر الفلسفي المعاصر من خلال مفهومات: الجوهر، التطابق، البداهة، الوثوق، الإثبات، والثبات بل أصبحت تفهم من خلال مفهومات مغايرة مثل: الإنتاج، التوليد، الإجراء، المفاضلة، التفسير والسلطة، الممارسة، وحتى اللعب.

وانطلاقاً من هذا تبدو الحقيقة بمثابة اشتغال على المواد أو استخدام للمعايير أو بناء للنماذج، أو صوغ للوقائع، أو إنتاج للموضوعات، أو تشكيل للخطابات أو ممارسة للذات، فالحقيقة

¹ علي حرب، نقد الحقيقة، ط1، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1993، ص89-90.

إذن ليست يقينا معرفيا بقدر ما هي منظومة تأويلية تقوم على التفسير والتأويل، وإذا شئنا مقاربتها انطولوجيا فنقول أنها انخراط في العالم يحقق الإنسان من خلاله ذاته بأنماط مختلفة¹.

إذن فالحقيقة في الفكر الفلسفي المعاصر، وتحديدًا في فكر ما بعد الحداثة " ليست نسقا ميتافيزيقيا أو مطابقة للعالم المادي الملحوظ، بل هي بكل بساطة نتاج مُنظَّم ومُؤسَّس للخطاب الإنساني الذي يُعدُّ هو حصيلة القوة في ميدان العلاقات الإنسانية، وهكذا لا تكون الحقيقة معيارا ثابتا عابرا للتاريخ، يمكن في ضوئه الحكم على الممارسات حكما متسقا"²، حيث جرى إحكام تأكيد إبستمولوجيا ما بعد الحداثة على الطابع الخطابى والسردى للحقيقة، وفي ضوء هذه الرؤية لا تضطلع اللغة بوظيفة بنائية فحسب، بل تحيل بشكل كبير إلى أي واقع موضوعي ملموس موجود في العالم، فهي لا تكتفي بتمثيل العالم وترميزه بل تقيم شيفرة معقدة تترابط فيها عناصر معينة من دون أن ترتبط بأي واقع موضوعي خارجي، حيث يصبح الواقع أمرا غير ثابت ولا يمكن التواصل معه إلا من خلال تطبيقات ذاتية للشيفرات الرمزية³. فالحقيقة وفقا لهذا أصبحت تُبنى من خلال الخطاب، وتعتمد بالدرجة الأولى على عملية التأويل، وأصبحت تتشكل على أساس التجربة الفعلية للأفراد في الحياة الاجتماعية بناء على ما يتم إدراكه من مفاهيم وتصورات.

وقد تم تحديد مفهوم الحقائق الاجتماعية وفقا للمعجم الشامل في علم الاجتماع بأنها:

" هي تلك الحقائق التي ترتبط بقيم مجتمع بعينه أي بثقافة ما، وهذه الحقائق المشتركة بين كل الناس في جميع المجتمعات، وهي مظاهر اجتماعية نشأت من مجرد نشوء المجتمع الإنساني ولكنها تفرض على الناس فروضا ومطالب مختلفة نوعيا عما تفرضه الحقائق الاجتماعية المرتبطة بثقافة أو قيم مجتمع بعينه، فمن الحقائق الاجتماعية المشتركة بين كل الناس من دون استثناء ما قد يفرضها ظرف طارئ، حيث أن المجتمع هو الذي يخلق حقائقه الخاصة به"⁴.

¹ علي حرب، المرجع السابق، ص 90.

² دارن بارني، المجتمع الشبكي، ترجمة أحمد الجمعاوي، مراجعة ثائر ديب، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2015، ص 24.

³ المرجع نفسه، ص 25.

⁴ عدنان أبو مصلح، علم الاجتماع: أول معجم شامل بكل مصطلحات علم الاجتماع المتداولة في العالم وتعريفاتها، دار أسامة للنشر والتوزيع، د ط، الأردن، 2010، ص 229-230.

إجرائيا:

في هذه الدراسة نعني بالحقائق الاجتماعية مختلف التصورات والتمثيلات التي تعلق بالاتجاهات نحو الحياة اليومية للشباب الجزائري (التركيز كان هنا على حقيقة الحياة اليومية التي تتطوي على جانب ذاتي واجتماعي في آن واحد، والتي تعتبر من بين أنماط الحقائق الاجتماعية المتعددة)، والتي ترتبط بكل من المجتمعين الواقعي والافتراضي، وتحديدًا تلك التي تتشكل بفعل استخدام " الفايسبوك " والتفاعل فيه، وقد حصرنا هذه الحقائق التي تعتبر متعددة ضمن أبعاد محددة ساعدنا في حصرها والاستدلال عليها ما قُدِّمَ من طرح ونتائج في الدراسات السابقة للموضوع، حيث تم حصر هذه الأبعاد وفقا لدراستنا في ما يلي:

1- تصورات الشباب الجزائري حول علاقتهم بالفايسبوك كوسيلة، وحول طبيعة استخداماته في حياتهم اليومية.

2- تصورات الشباب الجزائري حول علاقاتهم بالآخرين في العالم الافتراضي. (هذا العامل موجه إلى إدراك الآخرين، أي أنه يختص بدراسة الروابط الاجتماعية، وسنركز هنا بشكل كبير على عامل الثقة، وكذا أولويات التفاعل).

3- حقيقة بناء الذات وعرضها في الفضاء الافتراضي، فهذا البعد يمكننا من استكشاف كيف يمثل الشباب الجزائري ذواتهم عبر الفايسبوك. (ويعتبر هذا البعد هاما خاصة من حيث اعتباره نتيجة أو سلوكا متبعًا على أساس عامل الثقة في الآخرين، والذي من الممكن أن يكون مؤثرا على هذه العملية، إذ يُفترض وجود علاقة ترابطية بينهما).

4- تموقع الشباب الجزائري ما بين العالم الافتراضي والواقعي (مسألة الاندماج الاجتماعي في كل من المجتمعين الواقعي والافتراضي، وهذا على صعيد أبعاد عدة كالتأثير على العلاقات الاجتماعية الحقيقية للفرد، إلى جانب دراسة مدى تأثير الفايسبوك على تصورات الشباب الجزائري حول الواقع المعاش، وعلى المعرفة اليومية حوله، وكذا التأثير على كل من القيم والمعايير).

5.1. الدراسات السابقة:**أولاً: الدراسات العربية:****الدراسة الأولى:**

عزيز لعبان، علاقة الإدمان على المشاهدة التلفزيونية ببناء الأفراد للحقائق الاجتماعية: اختبار فرضية التنقيف على عينة من الطلبة الجامعيين والثانويين بالجزائر العاصمة - أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، 2007-2008:

هذه الأطروحة كانت هي المصدر حتى تم اختيار الموضوع الذي نحن في صدد معالجته على اعتبار أن نهاية كل بحث هي بداية بحث جديد، فقد اختصت هذه الدراسة بالبحث في علاقة الإدمان على المشاهدة التلفزيونية بعملية بناء الحقائق الاجتماعية عند المراهقين والشباب الجزائريين، حيث قام الباحث بمحاولة " التعرف على مسار بناء الحقيقة الاجتماعية لدى المبحوثين انطلاقاً من طريقتهم في التعرض إلى محتويات البرامج التلفزيونية من حيث الكثرة والقلّة، ومن حيث الانتقاء والاختيار أيضاً، وتتبع الكيفية التي تسهم بها هذه الأخيرة في إدراك الأفراد لاتجاهاتهم في الحياة اليومية، وما هي المتغيرات السياقية التي تدعم أو تعيق هذه العملية"¹ وذلك بالاستناد على نظرية التنقيف التي عمل الباحث على إعادة بناء فروضها من خلال ما قام به في هذا البحث العلمي.

المقاربة المنهجية والنظرية للأطروحة:

قام الباحث في الفصل الأول بطرح إشكالية بحثه مرفقاً إياها بجملة من التساؤلات التي كان

مفادها:

¹ عزيز لعبان، علاقة الإدمان على المشاهدة التلفزيونية ببناء الأفراد للحقائق الاجتماعية، اختبار فرضية التنقيف على عينة من الطلبة الجامعيين والثانويين بالجزائر العاصمة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، 2007-2008، ص16-17.

- 1- " هل هناك علاقة بين حجم مشاهدة أفراد العينة للتلفزيون مع طبيعة هذه المشاهدة من حيث كونها مدمنة أو عادية، ومن حيث كونها طقوسية أو انتقائية؟
- 2- هل هناك علاقة بين حجم المشاهدة وانتقائيتها مع عوامل المشاهدة (المشاهدة التي تسبب مشكلة، والمشاهدة الضخمة الكثيفة، والرغبة في المشاهدة وحالة النقص)؟
- 3- هل هناك علاقة بين حجم المشاهدة وانتقائيتها مع مفاهيم الثقة في الآخرين، التحكم في الحياة والعلاقات الشخصية؟
- 4- هل هناك علاقة بين عوامل الإدمان على المشاهدة التلفزيونية (المشاهدة التي تسبب مشكلة، المشاهدة الضخمة الكثيفة، والرغبة في المشاهدة وحالة النقص) واتجاهات الأفراد الاجتماعية، الثقة في الآخرين، التحكم في الحياة والعلاقات الشخصية؟
- 5- هل هناك علاقة بين العوامل الديمغرافية وعوامل الإدمان على المشاهدة التلفزيونية (المشاهدة التي تسبب مشكلة، المشاهدة الضخمة الكثيفة، الرغبة في المشاهدة، وحالة النقص)؟¹

في **الفصل الثاني** لجأ الباحث إلى البناء النظري انطلاقاً من الأدبيات السابقة التي شكلت بالنسبة له أرضية أقام من خلالها افتراضاته النظرية، ففي المرحلة الأولى تم شرح المسارات المختلفة التي تأخذها التصورات الاجتماعية مع توضيح العناصر المشكلة لها، وفي مرحلة لاحقة حاول الباحث تفسير الكيفية التي تشكل فيها وسائل الاتصال الجماهيرية مصدراً ثرياً بالنسبة للتصورات الاجتماعية، وفي المرحلة الثانية انتقل الباحث للحديث عن البناء الاجتماعي للحقيقة وكذا الحديث عنها في ما بعد في احتكاكاتها مع وسائل الاتصال الجماهيرية.

في **الفصل الثالث**: قام الباحث بتقديم إطاره المنهجي منطلقاً من فلسفة البناء الاجتماعي ومنهجية التثقيف كإطار تحليلي خاص بالتلفزيون، كما تطرق إلى مجتمع البحث وعينته، مشيراً أيضاً إلى أدوات القياس المستخدمة في بحثه.

في **الفصل الرابع** انتقل الباحث إلى التحليل الإحصائي لمعطيات البحث، وفي **الفصل الخامس** قام باستخلاص النتائج ومناقشتها، والتي كان من أهمها:

¹ المرجع السابق، ص 24.

وهم الانتقائية في اختيار البرامج التلفزيونية:

- توصل الباحث إلى تدعيم افتراض Gerbner الذي يعتبر المشاهدة طقوسية عادتوية أكثر من كونها انتقائية، بحيث لم تظهر دلالات تذكر في علاقات الارتباط بين انتقاء البرامج وعوامل المشاهدة التلفزيونية، مما يعني أن مشاهدة أفراد العينة لا تقوم على أساس الاختيار، إذ أنّ الحجم الساعي الذي يقضيه الأفراد لا يرتبط بأي حال من الأحوال باختيار أو انتقاء برامج معينة، ويمكن أن يفسر هذا أيضا بالوقت الذي يقضيه المشاهد في المشاهدة إذ أن الاختيار سابق، ويفترض أنه العامل الذي يتحكم في مشاهدة الفرد كما وكيفا، وبحكم غياب هذا الانتقاء والاختيار القبلي، فإن الفرد يقضي وقتا ويستغرق زمنا في المشاهدة من دون أن تكون لديه حدود مسبقة لهذه المشاهدة أو أدوات للتحكم فيها، كما أن الأفراد يميلون إلى إخفاء اختياراتهم إذا وجدت ولا يظهرونها ويحصرّون على مسايرة التوجه العام الذي يضمن لهم القبول الاجتماعي.
- الكثير من الذين يستخدمون التلفزيون يفعلون ذلك من أجل التسلية والاسترخاء أو قضاء الوقت وانطلاقا من هذا فإننا نجد أنفسنا أمام مشاهدين يشاهدون مع شعور بالذنب وهذا لعدة أسباب: منها أن الفرد لا ينوي مشاهدة ذلك الكم من البرامج إلا أنه يجد نفسه منغمسا في المشاهدة، وقد يعود السبب الثاني إلى أن الفرد المشاهد من عينة البحث لا يعبر دائما عن البرامج التي يرغب في مشاهدتها أو تلك التي يشاهدها حقيقة، فيجد نفسه يعبر عن مشاهدة برامج معينة في العلن بينما هو يشاهد برامج أخرى في الخلوة، وقد يعود سبب ذلك إلى أن هذه البرامج لا تلقى استحسان الجماعة وقد تؤدي إلى عزله اجتماعيا، ولقد أظهرت النتائج أن المشاهدة التي تسبب مشكلة تحدد إلى حد بعيد بعض الاتجاهات الاجتماعية للأفراد.
- من خلال هذا البحث أيضا تم التأكد من أن اتجاه أفراد العينة نحو الأفلام أهم من اتجاههم إلى برامج أخرى لاسيما الأخبار، هذه الأخيرة التي تشاهد بشكل جماعي عادة، وهذا ما يعكس التناقض الذي يمكن أن يعيشه الفرد بين الحاجة إلى تلبية احتياج فردي وضرورة الحصول على القبول من الجماعة. ⁽³⁾ (متغير الجنس كانت له دلالة وأيضاً المستوى التعليمي).

¹ المرجع السابق، ص 206-207.

المشاهدة المرضية في مقابل المشاهدة العادية:

- توصل الباحث فيما يتعلق بمتوسط المشاهدات التلفزيونية، وانحرافاتها بأنها تتوزع بصفة معتدلة مع انحرافها نحو الكثرة ولكنها معتدلة في غالبيتها، مما يعني أننا لسنا أمام عينة مدمنة عموماً على الرغم من أن الاعتدال في دراسة الباحث قدر ب3 إلى 5 ساعات يومياً، وجاءت النتائج المتعلقة بعادات الفرد في المشاهدة مؤكدة للملاحظات التي ذكرها الباحث مؤكدة لعلاقات الارتباط بين المشاهدة المدمنة وكل العوامل المشكلة لها باستثناء حالة النقص والانسحاب فعلاقات الارتباط مع المشاهدة التي تسبب مشكلة موجبة ومع المشاهدة الضخمة أيضاً، والرغبة في المشاهدة، في حين عدم وجود ارتباط مع حالة النقص.
- تؤكد النتائج التي توصل إليها الباحث أن المشاهدة التلفزيونية تسبب لأفراد العينة حرجاً حقيقياً إذ أنها تعتبر بالنسبة إليهم مصدراً لحدوث مشاكل، والملفت للانتباه بأنه على الرغم من هذا الانطباع إلا أنهم لا ينسحبون من المشاهدة، والحديث هنا هو عن المشاهد المداوم أي المشاهدة الضخمة، فتجربة المشاهدة لا تكون فقط من حيث حجمها وإنما بكل ثقلها النفسي، ومن جهة أخرى فإن أفراد العينة على الرغم من شعورهم بالآثار السلبية للمشاهدة إلا أنهم يعبرون عن الرغبة في المزيد من المشاهدة.¹

الإدمان على المشاهدة التلفزيونية وبناء الحقيقة الاجتماعية:

- النتائج العامة التي اختصت بالعلاقة بين المشاهدة التلفزيونية وبناء الاتجاهات الاجتماعية تحيل إلى أن هناك ارتباط بين الاثنين والتدقيق في طبيعة العلاقة يجعلنا نستنتج أن هناك تأثير للمشاهدة على اتجاهات الأفراد في حياتهم اليومية وهذا ما يفتح مجالاً لإمكانية القول أن المشاهدة التلفزيونية تمد الأفراد بالمعلومات التي يستخدمونها لبناء حقائقهم الاجتماعية المرتبطة بالثقة في الآخرين، التحكم في الحياة، باستثناء الروابط الشخصية التي يظهر أن المشاهدة التلفزيونية لا تساهم بطريقة أو بأخرى في بناء إدراك الفرد لهذه الأخيرة.

¹ المرجع السابق، ص 212-213.

البناء الاجتماعي للثقة في الآخرين:

- يسمح لنا نموذج الانحدار الخاص بالعلاقة بين المتغير المستقل: المشاهدة التلفزيونية مع المتغير التابع: الثقة في الآخرين القول بأن الإدمان على المشاهدة التلفزيونية يسمح بالثبؤ بالاتجاه الاجتماعي المتمثل في الثقة في الآخرين.
- " وتشير هذه النتائج إلى أن أفراد العينة يستخدمون المعلومات التي تعرض عليهم (وهنا المقصود بالمعلومات ليس الأخبار وإنما كل المعلومات المرتبط بالبرامج الدرامية والإخبارية) من أجل بناء الحقيقة المرتبطة بنظرتهم للآخرين، وثقتهم فيهم.
- تعبر النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة عن عدم ثقة أفراد العينة في الآخرين، وهذا نتيجة للتعرض المستمر لمشاهد العنف الاجتماعي، خاصة بالنسبة للمسلسلات والدراما المسائية التي تصور علاقات اجتماعية مبنية على الخيانة والخديعة والحيلة، وعدم الثقة بين الوالد وولده والزوج وزوجته، البنت وأمها،... الخ، بحيث أن الفرد الذي يتعود على هذه الصور فإنه يتعامل معها وكأنها الواقع. وما يؤكد هذا التفسير هو ثبوت علاقة التأثير بين أنواع البرامج التلفزيونية كمتغير مستقل، وكمتغير تابع الثقة في الآخرين، بحيث أن البرامج التلفزيونية تسمح بالثبؤ بالثقة، وهذا يعني أن أفراد العينة يعتمدون على ما يشاهدون من صور تلفزيونية في مختلف البرامج من أجل بناء ثقتهم بالآخرين"¹.

كما نشير إلى أن علاقات التأثير ليست مرتبطة بالضرورة بالحجم الساعي الذي يستغرقه المشاهد أمام التلفزيون، من دون المبالغة في التقليل من هذا العامل، إلا أنه في بعض الوضعيات تتجاوز العلاقة الحجم لتصبح علاقة متميزة تتدخل فيها عادة عوامل أخرى مرتبطة أكثر بخصوصيات الأفراد في علاقتهم بالوسيلة، ومحتوياتها، فالخصوصيات الثقافية من الممكن أن تجعل تأثر أفراد العينة متميزا عما هو موجود في سياقات ثقافية أخرى.

¹ المرجع السابق، ص.ص 223-226.

البناء الاجتماعي لتحكم في الحياة:

- يظهر توزيع أفراد العينة على عامل التحكم في الحياة توجهها نحو الاعتقاد أنهم قادرون على تسيير وإدارة حياتهم، إذ أن العينة تتوزع طبيعياً مع ميلها نحو التأكيد على أنها تتحكم في زمام الأمور، إلا أن الباحث لاحظ نوعاً من التردد عند أخذه بعين الاعتبار إدراك أفراد العينة لسعادتهم، بحيث يظهر البند العاشر على رضا أفراد العينة عن واقعهم الحالي، وقد يكون سبب ذلك اضطلاعهم إلى واقع أفضل من واقعهم، وهذا لا يكون إلا من خلال احتكاكهم بالصور التلفزيونية التي تشكل إطاراً تصورياً يقدم للفرد بدائل حياتية، بحيث تُعرض على الأفراد بدائل أخرى للحياة تدفعهم إلى إعادة النظر في واقعهم المعاش.
- تبرز نتائج التحليل الإحصائي على أن حجم المشاهدة التلفزيونية بغض النظر عن طبيعتها يؤثر في تحكم أفراد العينة في حياتهم، والوقت الذي يقضيه الفرد أمام التلفزيون يسمح لنا بالنتيجة بإدراكه للتحكم في الحياة وإدارتها.
- ظهر في هذه الدراسة أن الانتقائية في المشاهدة لا تؤثر في إدراك الأفراد للتحكم في الحياة، وأن الحجم الساعي الذي يقضيه الفرد أمام التلفزيون هو الذي يلعب دوراً في إدراكهم للواقع، وهذا إن دل على شيء فهو يدل على أن أفراد العينة في هذه العلاقة بالذات ينظرون إلى التلفزيون بشمولية، وأن احتكاكهم الطويل بالتلفزيون هو الذي يقلص المسافة بين الواقع التلفزيوني وبين الواقع المعاش حقيقة، وعادة ما يكون لهذا التداخل آثار سلبية على معاشة الأفراد لواقعهم، إذ يجدون صعوبات في التأقلم الاجتماعي¹.
- تؤكد نتائج الدراسة أن الفروق بين الذكور والإناث في علاقتهم بالمشاهدة التلفزيونية تنقلص وهذا يعني أن الاهتمامات تتجه نحو التقارب والتشابه، وحتى النظرة إلى الأشياء والأحكام التي يبنون عليها وجودهم في عالم الحياة اليومية تتجه نحو التماثل، وقد يعود هذا إلى التعرض المستمر والمكثف لنفس المضامين لفترة طويلة وبصفة منتظمة، ويعود ذلك إلى طبيعة المضامين التلفزيونية التي أصبت تطرح مواضيع الذكور والإناث بطريقة أكثر غموضاً في عصر ما بعد الحداثة، إلا أن أدوار الجنسين تتقارب وتتداخل أكثر فأكثر.

¹ المرجع السابق، ص.ص 227-230.

الاستفادة من الدراسة:

كان لهذه الدراسة عظيم الفائدة خاصة من ناحية الإحاطة بالتراكم المعرفي حول الموضوع تحديدا في ما يختص بفلسفة البناء الاجتماعي، وكذا مسار عملية بناء الحقيقة الاجتماعية، وسبل تشكلها في خضم تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري، فضلا على الاستفادة منها أيضا في ما يختص بالجانب المنهجي والميداني، وهذا ما مهد ويسر لنا القيام بدراسة بناء الحقيقة الاجتماعية من خلال الإنترنت كوسيلة مغايرة ومؤثرة في الوقت الراهن.

الدراسة الثانية:

عبد الوهاب بوخروفة، شباب الأحياء الشعبية والإنترنت، محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات، دراسة منشورة بكتاب خاص بأشغال ملتقى: الشباب والاتصال والملتيميديا، تونس، 2010:

اهتمت هذه الدراسة بالبحث عن استخدامات الشباب الجزائري للإنترنت وتأثيرها على حياتهم اليومية وعلى علاقاتهم وتصوراتهم للحياة الاجتماعية، وتحديدًا بالنسبة للشباب القاطن في الأحياء الشعبية.

المقاربة المنهجية والنظرية للدراسة:

في الفصل الأول: وبعد قيام الباحث بطرح إشكالية بحثه، عمل على حصر مسار دراسته في جملة من التساؤلات التي كانت على النحو الآتي:

- 1- ما هي التمثلات التي يكونها شباب الأحياء الشعبية عن الإنترنت؟ أي ما هي رؤيتهم لهذا الوسيط؟
- 2- ما هي استخداماتهم الحقيقية لهذه الأداة؟ أي في ماذا يستخدمون هذه الأداة التقنية؟
- 3- ماذا تمثل هذه التقنية في حياتهم اليومية؟
- 4- كيف يتم تملك هذه الأداة من قبل الشباب وإدراجهم لها في نمط حياتهم اليومية لتغيير واقعهم المعاش؟

في الشطر الثاني من الدراسة قام الباحث بالاعتماد على المقاربة الكيفية التفسيرية من أجل حصر الدلالات الاجتماعية وتمثل الممارسات الاتصالية للشباب الجزائري المستخدم لهذه

التقنية حيث بنيت هذه المقاربة على التبادلية الذاتية والتي تجسدت من خلال القيام بمقابلات، سرد تجارب، ملاحظة بالمشاركة، فقد وظف الباحث هنا تقنية المقابلة نصف الموجهة، كما بلغ عدد هذه المقابلات الخمسين مع شباب راشد ما بين سن 20 و30 سنة ممن يسكنون في أحياء شعبية كما حل الباحث بياناته بالاعتماد على نموذج تحليل المحتوى الكيفي¹.

في الجزء الثالث من هذه الدراسة عرض الباحث مقاربة نظرية لدراسة تمثل الشباب للإنترنت، بحيث تطرق إلى مفهوم الاستخدام، تمثل الأفراد للتكنولوجيا الجديدة، التملك والتحكم في المحيط، التملك والهوية والإبداع، الشباب والإنترنت، استخدام الإنترنت في الجزائر.

في الجزء الرابع من الدراسة: ركز الباحث في الجانب الميداني على عدة نقاط أساسية

أهمها:

- تمثل الشباب الجزائري للإنترنت.
- الإنترنت كفضاء للأحلام.
- الإنترنت لقضاء الوقت والهروب من الواقع اليومي.
- الإنترنت كفضاء للالتقاء والاتصال.
- الطابع الإعلامي للإنترنت.
- استخدامات الشباب للإنترنت.
- الدردشة وتحرير العواطف.
- التعبير والإفصاح عن المشاعر في الفضاء الافتراضي.
- التملك والاستهلاك السلبي².

في الجزء الأخير من الدراسة عرض الباحث النتائج المتوصل إليها والتي كان من أهمها ما

يلي:

¹ عبد الوهاب بوخنوفة، شباب الأحياء الشعبية والإنترنت، محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات، دراسة منشورة بكتاب خاص بأشغال ملتقى: الشباب والاتصال والمليديا، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، مؤسسة كونراد أديناور، وحدة البحث في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تونس، 2010، ص284.

² المرجع نفسه، ص.ص 285-292.

- 1- يتمثل الشباب الجزائري الإنترنت كفضاء للتعبير الحر عن كل الموضوعات التي يصعب التعبير عنها في الفضاء الاجتماعي بسبب سلطة التقاليد والقيم المهيمنة على نظام الاتصال، حيث يجد الشباب في الإنترنت الملاذ للبوح لكل المكونات من خلال التخفي وراء الهويات المستعارة، فمواضيع الجنس والعلاقات الجنسية التي تشكل تابوهات في الأسرة وفي الفضاء الاجتماعي يتم طرحها ومناقشتها بكل حرية وبدون وجود أي إكراهات اجتماعية، ويتصور الشباب الإنترنت بصورة ايجابية كفضاء يفلت من رقابة المجتمع ويدفعهم ذلك إلى تفضيله كوسيلة للتعبير عن مشاعرهم وحاجاتهم النفسية، والدخول في علاقات اتصالية بالغير.
- 2- لا يتصور الشباب الجزائري الإنترنت كفضاء للتعبير الحر عن المشاعر والقضايا الحساسة في المجتمع فحسب، بل يتمثلونها كأداة تولد لديهم أحلاما مختلفة، ويعتقدون في قدرتها على تمكينهم من تجسيد هذه الأحلام، ولا يحلم الشباب الذكور في الواقع بالحصول على وظيفة عن طريق الإنترنت أو تحقيق نشاط تجاري مربح، وإنما يحلمون بإقامة علاقات غرامية مع فتيات من دول أوروبية أو كندا أو أمريكا تكون المفتاح بالنسبة لهم للحصول على التأشيرة ومغادرة البلد، ويتصور الشباب ذلك كفرصة وحيدة لتغيير واقعهم المعاش والتطلع إلى حياة أفضل، ولا يختلف الأمر عند الإناث حيث تحلم الفتاة بإقامة علاقة غرامية عن طريق للإنترنت تنتهي بالزواج ولكنها لا تحلم بالسفر إلى الخارج.
- 3- تمثل الإنترنت بالنسبة للشباب الجزائري وسيلة للهروب من الواقع المعيشي اليومي الصعب حيث يتمثلونها كوسيلة لملأ الفراغ، والترويح عن النفس، ونسيان الواقع للحظات.
- 4- لا يبدي الشباب القاطن في الأحياء الشعبية اهتماما وانجذابا بما تتيحه الإنترنت من إمكانات على صعيد المخزون المعلوماتي أي كوسيلة إعلامية.
- 5- تؤثر هذه التمثلات للإنترنت على استخداماتها التي تنحصر في الجانب اللهوي والاتصالي.

6- هذا التمثل للإنترنت يجعل حضورها في الواقع حضورا ضعيفا، حتى لو أبدى الشباب تعلقهم بها، فتأثيرها على واقعهم المعاش منعدم، حيث لا نلمس توظيفا لهذه الأداة من قبل هؤلاء الشباب للتأثير في بيئتهم أو محاولة تغيير واقعهم اليومي¹.

الاستفادة من الدراسة:

لقد قَدَّمتُ لنا هذه الدراسة جانبا معرفيا ومعطيات ميدانية وتحليلات هامة عن التمثلات الاجتماعية التي تتكون لدى الشباب الجزائري حول الانترنت عامة؛ سواء من حيث التصورات حول مكانة هذه الوسيلة في الحياة اليومية لهؤلاء الشباب أو حتى من حيث التصورات حول الاستخدامات وطبيعتها، ومما زاد من أهمية هذه الدراسة بالنسبة لنا كونها اختصت تحديدا بعينة من الشباب في المجتمع الجزائري، وكنا سنستفيد أكثر منها من خلال توظيف بعض الأفكار في بناء استمارة الاستبيان، لولا حصولنا المتأخر عليها في مرحلة كنا قد تجاوزنا فيها شوطا كبيرا في الجانب الميداني، فقد غابت عنا بعض الأفكار المهمة، والتي تمت مناقشتها في هذه الدراسة وغابت عن أذهاننا فلم نستثمرها ولم نوظفها كما يجب.

ثانيا: الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى:

Sahin KARASAR, Virtual Construction of Social Reality Through New Medium-Internet, Eastern Mediterranean University, NORTHERN CYPRUS TURKISH REPUBLIC.

اهتمت هذه الدراسة بعملية بناء الحقيقة الاجتماعية في وضع افتراضي من خلال الإنترنت كوسيط جديد بين ما ألفناه من وسائل اتصال جماهيرية أخرى، وكيف تتم عملية البناء انطلاقا من العلاقات الاجتماعية التي ينشئها الفرد في البيئة الإلكترونية.

¹ المرجع السابق، ص 305-306.

المقاربة المنهجية والنظرية للدراسة:

قام الباحث في الإطار المنهجي بضبط بعض المصطلحات والمفاهيم والتي نجد من بينها: وسائل الإعلام، الإنترنت، المجموعات الافتراضية، البناء الاجتماعي للحقيقة، كما قام الباحث باستخدام الاستبيان الذي تضمن مجموعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة، وقد ضم 20 سؤالاً منها 5 أسئلة كانت متعلقة بالمتغيرات الديمغرافية، وباقي الأسئلة تعلق بالاعتماد على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبالتساؤل حول التصورات التي يبنها المستخدم انطلاقاً من الإنترنت، فهذا الاستبيان -حسب الباحث- كان يهدف إلى جمع المعطيات المتعلقة بالبحث، وقد اقتصر العينة على 45 فرداً ممن هم أعضاء منتديات خاصة بالحوار، والذين يملكون أصدقاء في هذه المنتديات يعرفونهم في مجتمعهم الأصلي وآخرين بنيت علاقتهم افتراضياً فقط.

ومن بين النتائج التي تحصل عليها الباحث من خلال هذه الدراسة نجد:

- 86% من المستجوبين قد بدؤوا استخدامهم للإنترنت من خلال الرغبة في استعمال الإيميل فقط.
- 51,1% أقرروا أنهم تورطوا في حوارات ونقاشات في منتديات الحوار المختلفة بغرض ملأ وقت الفراغ لديهم.
- 48,9% ذكروا بأنهم استخدموا الإنترنت لأنها تجعلهم يحسون بأنهم اجتماعيون على عكس البيئة الحقيقية لهم.
- 80% من المستجوبين اتفقت آراؤهم من ناحية أنهم يشعرون بالراحة عند اتصالهم في الإنترنت بالآخرين على عكس اتصالاتهم التقليدية في مجتمعاتهم الأصلية¹.

¹ Sahin KARASAR, Virtual Construction of Social Reality Through New Medium-Internet, Eastern Mediterranean University, NORTHERN CYPRUS TURKISH REPUBLIC.

الاستفادة من هذه الدراسة:

كانت على صعيد التراكم المعرفي النظري لا غير، وهذا على إثر أن الباحث قد ركز بشكل كبير على طبيعة الاستخدام من دون أن يربط ذلك بالمتغيرات المتضمنة في عملية بناء الحقيقة الاجتماعية أو يفسر حيثيات هذا البناء في النتائج المتوصل إليها، وكأن الدراسة هي متعلقة بالاستخدام لا غير.

الدراسة الثانية:

Chester Andrea, presenting the self in cyberspace : Identity play in Moos, Department of philosophy, University of Melbourne, PHD thesis :

المقاربة المنهجية والنظرية للدراسة:

عرضت هذه الدراسة في أديباتها النظرية كما معرفيا هاما يرتبط بالعديد من المسائل المتعلقة بالهوية وسبل عرضها من الحياة اليومية الواقعية إلى التفاعل في المجموعات الافتراضية فقد تم التركيز خاصة على مقارنة عرض الذات في الحياة اليومية عند إرفن غوفمان (Erving Goffman) بشيء من التفصيل فيما يتعلق بعملية إدارة الانطباعات ولعب الأدوار، وكذا الكشف وعدم الكشف عن الهوية، وهذا في الفصول النظرية الأولى.

منهجيا أقيمت هذه الدراسة على 75 مشتركا في المجموعات الافتراضية (54 امرأة، و21 رجل) ممن تتراوح أعمارهم ما بين سن 18 و54 سنة، وكما أن هذه العينة لم تقتصر على نطاق جغرافي واحد، وإنما الأغلبية كانت من أستراليا (67%)، ومن آسيا (27%)، و(6%) من أوروبا والهند، مع العلم أن 95% من المبحوثين يتحدثون اللغة الإنجليزية، وكأداة للقياس تم الاعتماد على العديد من أدوات جمع البيانات الكمية والكيفية، بما في ذلك استمارة استبيان حول الهوية والتي تضمنت محورا خاصة بالبيانات العامة، إلى جانب ستة محاور تم الاعتماد في بناء أسئلتها على مقياس ليكرت الخماسي، حيث تم البحث في ما يختص بالهويات الحقيقية للمستخدمين في الواقع والاستقصاء عنها بعد ذلك في المجموعات الافتراضية، وكما طُلب من المشتركين وصف ذواتهم

في الواقع ومقارنة ذلك بما هم عليه افتراضيا بغرض البحث في مدى التفاوت بين الذات الحقيقية والمثالية، ومن التساؤلات ما تعلق أيضا بمسألة الثقة وكذا عرض الذات¹.

ومن النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة:

هو أن المجموعات الافتراضية أصبحت المكان الأنسب والرائج للعب بالهوية على إثر التفاعلية، التزامنية، وانعدام الهوية البصرية، وكما تم التوصل إلى أن هؤلاء المستخدمين بينون واقعا خياليا يتيح لهم تجربة عرض الذات بشكل مثالي بحيث أن الاستراتيجيات المعتمدة في عرض الذات في الواقع الفعلي نفسها تُعْتَمَدُ في العالم الافتراضي، كما توصلت الدراسة إلى أن عملية تشكيل الانطباعات تتم بالدرجة الأولى من خلال وصف الشخصية، إضافة إلى أن عرض الذات لا يخلو من الخيال والمبالغة، وفي بعض الأحيان تعزيز ما تكون عليه الهوية في الواقع، فضلا على أن عملية الكشف عن الذات تكون بالدرجة الأولى انتقائية وليست اعتباطية².

الاستفادة من الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة قيمة جدا في مجال عرض الذات في المجتمعات الافتراضية، وقد كان لها عظيم الفائدة؛ خاصة من الناحية النظرية للدراسة، وما قُدِمَ فيها من معرفة علمية، وبشكل خاص ما تم تقديمه حول عرض الذات الرقمية من خلال الصفحات الرئيسية للمستخدمين ومن خلال المحادثات الإلكترونية، حيث أن الاطلاع على هذه المضامين جعلنا نستوعب ونفسر العديد من المتغيرات التي لها علاقة مباشرة بدراستنا هذه، مما جعلنا نقوم بتوظيفها عمليا، فالاستفادة هنا كانت أيضا على مستوى الجانب الميداني للدراسة.

¹ Chester Andrea, presenting the self in cyberspace : Identity play in Moos, Department of philosophy, University of Melbourne, PHD thesis, January 2004, p242.

² Ibid, p 232-234.

6.1. الخلفية النظرية للدراسة:

هناك العديد من المقاربات والأطر النظرية التي تصلح لتكون إطارا مرجعيا تفسيريا لهذه الدراسة على غرار نظرية الاستخدامات والإشباع، وكذا سوسولوجيا الاستخدام الاجتماعي ومقرب التملك، غير أننا اعتمدنا في نهاية المطاف على ما اعتقدنا بأنه الأنسب مع طبيعة الموضوع المدروس، حيث تم التركيز على كل من المدرسة التفاعلية الرمزية، وكذا تيار الدراسات الثقافية (نظرية التثقيف).

1.6.1. التفاعلية الرمزية وبناء الحقائق الاجتماعية:

تعتبر التفاعلية الرمزية (Symbolic interaction) من أحد أهم المدارس الاجتماعية الكبرى، والتي أصبحت " ندا رئيسا للاتجاه الوظيفي في الولايات المتحدة الأمريكية، واهتمت بالدرجة الأولى باللغة والفرد الفاعل المبدع، وقد تطورت بداية مما قدمه ميد (Mead) ووصولاً إلى مساهمات العديد من الباحثين¹ الذين أثروا البحث في هذا المجال على غرار كل من: " E.C Hugues, R.H Tyrner, A.Strauss, T.Shibutani, M.H. Kuhn , E.Freidson, D.² Herbert Blumer ، H.Becker, Glaser, Goffman Erving, John Dewey, وغيرهم.

"يتفق علماء الاجتماع وعلماء النفس الاجتماعي على أن الاتصال لم يكن ممكنا بين البشر دون الاتفاق على معان موحدة للرموز الموجودة في البيئة، ويترتب على هذا الاتفاق التشابه في الاستجابات بين الناس، فيزداد التفاعل بينهم بازدياد خبراتهم الاتصالية المرتبطة بإدراك هذه الرموز ومعانيها، ويعتبر إدراك الرمز وتحديد المعنى هو العملية العقلية التي ينظر الأفراد من خلالها إلى الأشياء والأشخاص في المواقف الاتصالية المختلفة، وفي هذا الإطار يتم الربط بين العمليات العقلية وعمليات الاتصال الإنساني، ولذلك تهتم التفاعلية الرمزية بطبيعة اللغة والرموز (sings) في شرح عملية الاتصال في إطارها الاجتماعي، حيث تتحدد الاستجابات من خلال نظام الرموز

¹ مصطفى خلف عبد الجواد، قراءة معاصرة في نظرية علم الاجتماع، ترجمة وتقديم محمد الجوهري، ط1، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، القاهرة، 2002، ص 398.

² بوجمعة رضوان، الاتصال التقليدي في الجزائر: مقارنة أنثروبولوجية، ط1، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 1431هـ/ 2010 م، ص 57.

والمعاني التي يبينه الفرد للأشياء والأشخاص والمواقف، وبالتالي كلما اتسع إطار المعاني المشتركة، كلما تشابهت الاستجابات في عمليات التفاعل الاجتماعي المختلفة ويعمل ذلك أيضا على زيادة قدرة الفرد على توقع استجابات الآخرين نحو الأشياء أو الأشخاص أو المواقف المختلفة في إطار الثقافة الواحدة نتيجة لإدراك الفرد للمعاني المشتركة في إطار هذه الثقافة¹.

"إذن فالرمز الدال هو المعنى المشترك، وهو يتطور في سياق عملية التفاعل التي تتلخص هي ذاتها في سعي البشر لتحقيق نتائج عملية للتعاون في ما بينهم. ويصف ميد (Mead) شيئا شبيها بالعلاقة الحميمية التي تنشأ بين شخصين، حيث تتطور في سياق تفاعلها اليومي لغة خاصة بهما تقريبا، وهذا عنده هو ما يجري في الواقع بصورة عامة، فالتفاعل الاجتماعي يولد المعاني والمعاني تشكل عالما وهذا يعني أننا نخلق عالما بما نخلع عليه من معان، قطعة الخشب هي قطعة خشب غير أنها في حياتنا اليومية تصبح منضدة، وكلمة منضدة تعني الدور الذي تلعبه قطعة الخشب تلك في عملية تفاعلنا: أي ذلك الشيء الذي نأكل عليه أو تلك التي نعمل عليها أو التي نحمي بها أنفسنا ضد هجمات الشرطة، وهكذا، وكما أن تلك المعاني تتغير وتتطور فإن العالم يتغير معها ويتطور"². فأنصار التفاعلية يرون أن جميع صور التفاعل بين الأفراد تتضمن تبادلا للرموز، فعندما نتفاعل مع الآخرين، نبحث دوما عن مفاتيح حول أنسب أنماط السلوك في السياق الذي يحدث فيه التفاعل، وعن مفاتيح حول كيفية تفسير ما يقصده الآخرون³. وهذا ما أكد عليه هربرت بلومر (Herbert Blumer) في قوله:

"المستوى الرمزي هو السمة المميزة والخاصة بالتفاعل في المجتمع الإنساني فالأفراد يتصرفون بشكل فردي، جماعي، أو من خلال وكلاء عن بعض التنظيمات وهم يأخذون بعين الاعتبار أفعال بعضهم البعض والتي بدورها تؤثر على تشكيل أفعالهم الخاصة، وهم يفعلون هذا من خلال عملية مزدوجة، للإشارة إلى الآخرين كيف يوجهون أفعالهم، وكيف يفسرونها من خلال المؤشرات التي يقدمها الآخرون

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، ب، 2004، ص 315.

² إيان كريب، النظرية الاجتماعية: من بارسونز إلى هابرماس، ترجمة محمد حسين غلوم، مراجعة محمد عصفور، د.ط، عالم المعرفة، الكويت، 1999، ص 120.

³ مصطفى خلف عبد الجواد، قراءة معاصرة في نظرية علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره، ص 398.

فحياة الجماعات البشرية هي عملية واسعة يتم من خلالها تعريف الآخرين بما يجب أن يفعلوه وكيف يفسرون تعريفاتهم، ومن خلال هذه العملية يمكن للناس أن يجعلوا أفعالهم ويشكلوا سلوكهم الفردي بما يتناسب مع ما يرونه"¹.

ووفقا لهذا صاغ **Blumer** فرضياته في إطار التفاعلية الرمزية على النحو التالي:

- 1- إن البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه تلك الأشياء لهم.
- 2- هذه المعاني هي نتاج للتفاعل الاجتماعي في المجتمع الإنساني.
- 3- وهذه المعاني تُحَوَّر وتُعدَّل ويتم تداولها عبر عملية تأويل يستخدمها كل فرد في تعامله مع الإشارات التي يواجهها².

فالأفراد إذن يرسمون صورا للواقع من خلال نظام خاص من الرموز يكتسبه الفرد في العمليات الاتصالية المتعددة خلال حياته، والتفاعلية الرمزية في هذا الصدد تعمل على تفسير اكتساب الأفراد للمعاني التي تسهم في رسم الصور والتوقعات عن الآخرين من خلال نظام المعاني الذي يميز الثقافات عن بعضها ويؤثر في بناءات الصور في عقول الأفراد داخل هذه الثقافات حيث نجد **ملفن ديفلر وساندرا روكيتش (M.Defleur and Ball Rokeach)** يحصران فروض النظرية وفقا لهذا على النحو التالي:

- 1- يعتبر المجتمع نظاما للمعاني، وتعتبر مشاركة الأفراد في معاني الرموز اللغوية نوعا من النشاط الإنساني، يسهم في بناء توقعات ثابتة ومفهومة للجميع، تعتبر مرشدا للسلوك في إطار النماذج المتوقعة.
- 2- من خلال التفاعل الرمزي بين الناس فرديا أو جماعيا يتم البناء العضوي والاجتماعي للحقائق والإنفاق عليه وقبوله في المجتمع.
- 3- اعتقاد الأفراد عن أنفسهم وعن الآخرين، والروابط التي تربط بينهم، تعتبر كلها بناءات شخصية للمعاني الناتجة عن التفاعل الرمزي، ومن ثم تصبح المعتقدات الذاتية للناس عن أنفسهم وعن الآخرين هي أهم حقائق الحياة الاجتماعية.

¹ Johanna Sumiala, media and ritual : death, community and everyday life, 1 ed, Routledge Taylor and Francis group, London, New York, 2013, p 20.

² إيان كريب، المرجع السابق، ص 119.

مثلاً تم التركيز في منظور التفاعل الرمزي على الاتصال الإنساني وعلاقته ببناء المعاني في أذهان الناس، وتأثير هذا البناء على الاتصال مرة أخرى، مثلاً تم التركيز أيضاً على جانب آخر ألا وهو وسائل الإعلام التي أصبحت الوسيلة الأساسية في تقديم هذه المعاني والتفسيرات إلى الناس، خصوصاً أن الناس تبني أفكارها عن الحقيقة بينما لم تشاهدها فعلاً، ولكنها اعتمدت على وسائل الإعلام في رسم معالم هذه الأفكار عن الحقائق، وبالتالي فإن الناس تبني المعاني أو الصور عن الحقائق الاجتماعية أو المادية التي لم تحسها من خلال التعرض لوسائل الإعلام وبالتالي فإن سلوكهم الذاتي واتجاهاتهم حددتها هذه المعاني والتصورات التي ساهمت وسائل الإعلام في تقويتها ورسمها، حيث تعتبر المصدر الأول، ويكاد يكون الوحيد، بالنسبة للعديد من قطاعات الجمهور، للمعرفة والمعلومات الخاصة بالحقائق، الأشياء، الأشخاص التي تضمنها البيئة المحيطة بهذه القطاعات¹.

سنعتمد من خلال هذه المدرسة بشكل خاص حول ما قدمه كل من ميد (Mead) حول بناء الذات، وكذا ما قدمه إرفن غوفمان (Ervin Goffman) حول عرض الذات في الحياة اليومية.

2.6.1. نظرية التثقيف:

ظهرت نظرية الإنماء الثقافي (ما يصطلح عليه بالغرس الثقافي أو (التثقيف أيضاً) (Cultivation analysis) في الولايات المتحدة الأمريكية كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام، وتذهب هذه النظرية للقول بأن منظومة التعرض للتلفزيون ولفترات طويلة ومنظمة تنمي لدى المشاهد اعتقاداً بأن العالم الذي يراه على شاشة التلفزيون ما هو إلا صورة من العالم الواقعي الذي يحيله، وترتبط هذه النظرية ببحوث الباحث الأمريكي جورج جربنر (George Gerbner) من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية (Cultural indicators)، ويهدف هذا المشروع إلى إقامة الدليل الإمبريقي على تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية، وقد اهتمت بحوث المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة هي:

1- دراسة الهياكل والضغطات والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.

2- دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 318-320.

3- دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي¹.

"وبصيغة أخرى فإن تحليل المؤشرات الثقافية يركز على كل من: تحليل السياسة المؤسساتية وكذا تحليل التنشئة، إلى جانب تحليل وسائل الإعلام نفسها، الذي يطلق عليه اسم تحليل نسق الرسالة (message system analysis)، حيث ينطلق جربنر (Gerbner) في بناء نموذج التحليلي من نظرة شاملة يسميها دينيس ماكويل (D.Macquial) نظرية التنشئة" التي ترى أن وسائل الإعلام والتلفزيون بشكل خاص تلعب الدور الأساس في بناء البيئة الرمزية التي نعيش فيها، إذ تحل رسائلها عن الواقع محل التجربة الشخصية، ووسائل المعرفة الأخرى، وهي رسائل مختلفة ومحرفة عن الواقع في العديد من النقاط الجوهرية. فوسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة تساهم بشكل أساس في التنشئة الجمعية للمفاهيم عن الحياة والمجتمع، وإذا كانت هذه العملية لا تقتصر على دور وسائل الإعلام؛ بل تمثل سيرورة اجتماعية معقدة تدخل فيها كل الفعاليات الجمعية الأخرى، كالتعليم، التنشئة الاجتماعية والعائلة ومجمل الفعاليات الثقافية.

فالأهمية التاريخية لوسائل الإعلام لا تتبع لدى جربنر (Gerbner) من مفهوم الجماهير أو جماعات الناس التي تصل إليها وسائل الإعلام المعاصر²، "بل تتبع من التحول الثقافي الذي تحققه وسائل الإعلام والنتائج عن "الإنتاج الجماهيري" (Mass production) للرسائل مشكلة أنساق رسائل ممثلة للقواعد الصناعية والتقنية التي تنطلق منها، فوسائل الاتصال الجماهيري هي طرق للاختيار والتأليف والتسجيل وتقاسم القصص والرموز والصور، وهي منظمات اجتماعية تعمل كحكومات في حقل التثاقف الجماهيري المنظم مؤسساتياً، والاتصال يمثل هنا جوهر العملية الثقافية، فالثقافة بتعريف هذا الباحث هي نسق من الرسائل ينظم العلاقات الاجتماعية، وينشئ أنماطاً من الوحدة والتجانس، وكذلك من التغريب والتمرد تبعاً للصور التي تنتجها وسائل الإعلام وهنا هي لا تُعَلِّمُ فقط بل تصنع صوراً بالدرجة الأساس، كما أنها لا تسلي بل تخنق الجماهير ولا تعكس بل تشكل المواقف والأمزجة والتفضيلات، وتعطي الاشتراطات والحدود والأنماط العامة

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، د.ط، الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة، 2004، ص 299.

² صفاء جبارة، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، د.ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 1433هـ/2012، ص 309.

التي تجري فيها عمليات الاختيار والتأويل والتفاعل الشخصي، وهذا الاحتفاء بدور وسائل الاتصال يعيد صياغة عبارة سقراط اعرف نفسك" وجعلها "اعرف وسائل الاتصال لتعرف نفسك"، إذ أن من الخصائص الأساسية لخطاب وسائل الإعلام قدرتها على خلق أنماط وأنظمة اتصالية عامة تصبح قاعدة أساسية لاختيارات الأفراد الذين لا يُنشئون صوراً أو نظرات شخصية ما لم تكن متوفرة أمامهم، فإجراءات التحليل المنهجية التي صاغها جربنر (Gerbner) وزملاؤه التي تتوزع على المجالات الثلاث المذكورة سابقاً، والتي بحثت في التشوهات الحاصلة في الواقع بالنسبة للعائلة والعمل، الأدوار الاجتماعية، السن، التعليم، العنف، الجريمة...توصلت إلى أن الصور المصنوعة عن الواقع هي في الواقع ليست حقيقية أو مناسبة لتوجهات الجماعات الهامشية الفقراء والنساء والأقليات العرقية¹. "ويقوم تحليل خطاب وسائل الإعلام لدى جيربندر (Gerbner) على استخلاص تمثيلاته الأساسية لعناصر ثابتة يحددها التحليل أمثال: الأهمية، القيمة، الوجود وأسلوب الحياة، والعلاقة، ثم يقوم بتجميع هذه العناصر في أنماط أوسع تنتظم على خطوط بحثية محددة.

وينبغي الانتباه هنا إلى وجود فصل واضح بين العالم الفعلي والعالم الرمزي، فدراسة أنساق الرسائل تصب بالضرورة في كشف وتحديد طبيعة ذلك العالم الرمزي الذي نعيش وسطه ويُشكّل قيمنا ومفاهيمنا، وتصوراتنا، إذ أن دراسة بنى رسالة معينة والوظائف الرمزية تكشف لنا كيف تساعد وسائل الاتصال في تعريف وتشخيص وتقرير مسار الحياة ومصائر الناس، وطبيعة المجتمع في العالم الرمزي، فحقائق ذلك العالم الرمزي مختلفة عادة عن تلك التي توجد في العالم الواقعي إذ ينطلق التحليل هنا من افتراض وجود خصائص جمعية مشتركة ووظائف لتكوين الصورة الجماهيرية، ويقوم بفحص هذه الخصائص في أربعة محاور تتوزع على العناصر التالية التي تستخلص من خطاب وسائل الاتصال، وهي: الوجود (existence)، الأهمية (Importance) ويسخدم أحياناً مصطلح الأسبقيات (priorities)، القيم (values)، والعلاقات (relationships)².

¹ صفاء جبارة، الخطاب، المرجع السابق، ص 310-311.

² المرجع نفسه، ص.ص 312-314.

فبحوث الإنماء الثقافي تركز على محاولة الإجابة على النمط الثالث من المنظومة البحثية (دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي)، حيث تفترض هذه النظرية أن الأشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية، ويشار إليهم عادة بـ"كثيفي المشاهدة" (**Heavy Viewers**) يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من برامج التلفزيون أو لا يشاهدون، ويشار إليهم عادة بـ"قليلي المشاهدة" (**Light Viewers**)، ذلك أن كثيفي المشاهدة سيكون لديهم قدرة أكبر على إدراك الواقع المعاش بطريقة متسقة مع الصور الذهنية التي ينقلها عالم التلفزيون¹.

ويمكن وصف عملية الإنماء هنا بأنها نوع من التعلم العرضي (**Incidental learning**) الذي ينتج عن تراكم التعرض للتلفزيون، حيث يتعرض مشاهد التلفزيون -بدون وعي- على حقائق الواقع الاجتماعي، وتكوّن هذه الحقائق بصفة تدريجية أساسا للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها المشاهد عن العالم الحقيقي، فبرامج التلفزيون مثلا تصبح بمثابة مصادر لمعلومات المشاهد عن الواقع الاجتماعي، فقليلي التعرض على سبيل المثال لديهم مصادر معلومات متنوعة مقارنة بكثيفي التعرض الذين يعتمدون على التلفزيون بأكثر قدر ممكن للحصول على المعلومات.

وبالعودة إلى الحديث عن الإجراءات المنهجية المتبعة في تحليل الإنماء الثقافي، نجد هذا النوع من الدراسات يعتمد على تحليل المضمون وكذا بحوث المسح أيضا، حيث يتم تحديد حجم التعرض للتلفزيون من خلال أسئلة تقيس كثافة المشاهدة في إطار ثلاث مستويات نسبية هي: كثيفو المشاهدة، متوسطو المشاهدة، قليلو المشاهدة، ويستخدم في ذلك أسلوب استبانة أو بحوث اليومية أو التقارير الذاتية للمشاهدين، وينبغي استنباط فروق أساسية في مستويات المشاهدة حتى نتمكن من التعرف على مدى مساهمة التلفزيون في إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي، حيث يمكن قياس الإنماء الثقافي باستعمال أسلوبين مختلفين ألا وهما:

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مجرّع سبق ذكره، ص 300-302.

- أولاً: نتائج تحليل محتوى البرامج التلفزيونية التي تعكس الاتجاه السائد ومقارنتها بتوقعات المبحوثين حول بعض الظواهر في المجتمع مثل: العنف والجريمة، المهن، الأدوار، ويتم قياس الفروق بين كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة للتعرف على مدى الإنماء التلفزيوني.
- ثانياً: العمل على التعرف على معتقدات المبحوثين عن إحدى ظواهر المجتمع، ويكون لهذه المعتقدات نتائج مهمة على السلوك الاجتماعي، ويتم ذلك من خلال تصميم بعض العبارات التي تقيس الاتجاهات الاجتماعية نحو ظاهرة معينة مثل: الخوف من الجريمة إدراك الواقع الاجتماعي، العلاقات الشخصية، ثم نعقد مقارنة بين كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة، لتحديد مدى مساهمة التلفزيون في التأثير، وهذا ما يعرف بـ"فروق الإنماء" (Cultivation differences)¹.

رغم أن التلفزيون لا يزال يحظى بأهمية كبيرة في حياتنا اليومية، ولا يزال بالنسبة للعديد من الجماهير أحد أهم مصادر المعلومات، إلا أن الإنترنت وعلى وجه الخصوص الشبكات الاجتماعية كمجتمعات افتراضية أصبحت بدورها اليوم تحتل موقعا هاما بصفقتها مجالا لحدوث ما يعرف بالإنماء الثقافي، فهذه الشبكات بدورها تعمل على تثقيف الفرد، وتقوم بتزويده بكم هائل من المعارف والمعلومات، ومن المفترض أن يكون لديها دور في تحديد اتجاهاته الاجتماعية، أو حتى التأثير على ما يحمله في ذهنه من مفاهيم، لاسيما أننا أصبحنا نشاهد ما نريد ومتى نريد وحتى حيثما نريد، كما أصبحنا نتفاعل مع القريب مثلما نتفاعل مع الغريب البعيد، مما يتيح فرصا كبيرة للتشاقف أيضا، فهذا النمط من المجتمعات الافتراضية له تأثير محتمل على توجهنا نحو البيئة المحيطة بنا، وعلى نظرتنا لذاتنا ولعلاقتنا بالآخرين، حتى أن كل هذا من الممكن أن ينعكس على الواقع الاجتماعي الحقيقي للمستخدمين، وبناء على هذا سنستند على بعض فرضيات نظرية التثقيف لتفسير وتحليل بعض مجريات الدراسة، خاصة من حيث العلاقة بين حجم الاستخدام وأنماطه وبين طبيعة اتجاهات المستخدمين.

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، المرجع السابق، 309-310.

2- الإجراءات المنهجية:**1.2. مجالات الدراسة:****1.1.2. المجال الزمني:**

امتدت الفترة التي استغرقت في انجاز هذه الدراسة حوالي 4 سنوات، وذلك ابتداء من بداية 2014 إلى غاية 2018، ويمكن تقسيم هذه الفترة إلى مراحل زمنية محددة وفقا للجوانب البحثية التي تم إنجازها خلالها على النحو الآتي:

- **من 2014 حتى 2015:** قمنا في هذه المرحلة بعملية البحث المكتبي اللازم، بحيث كان التركيز منصبا على جمع مختلف الدراسات السابقة، المصادر، والمؤلفات التي لها علاقة بالظاهرة المدروسة، فهذه الفترة كانت بمثابة فرصة للقيام بالقراءات الأولى، والتي تساعد في نهاية الأمر على تحديد جوانب هذا الموضوع وتأطيره بشكل أدق، فالموضوع كان يبدوا واسعا للوهلة الأولى وكان من اللازم أن يُحصَرَ في أبعاد معينة دون غيرها، والتعمق المعرفي هنا جعلنا نحقق ذلك فيما بعد، وقد واجهتنا بعض الصعوبات في هذه المرحلة بسبب عدم وضوح اتجاهات البحث منذ بدايته، وتبعاً للطابع الفلسفي لمفهوم الحقائق الاجتماعية، وكذا عدم مصادفتنا لمراجع عربية تتعلق مباشرة بالموضوع، وكما تم في هذه المرحلة تجديد الملامح الأولية للإطار المنهجي، وتحريه مبدئياً.

- **من 2015 حتى 2016:** في هذه المرحلة قمنا بضبط الإطار المنهجي بشكل أدق من ذي قبل، حيث أن مسار البحث في هذه الفترة أصبح واضح المعالم ومحدداً، وقد استغرقتنا مدة 4 أشهر من هذه المرحلة الزمنية لترجمة مختلف الكتب والمقالات العلمية الأجنبية التي كانت بحوزتنا، والتي ساعدنا في الحصول عليها بدرجة كبيرة التربص الذي قمنا به في دولة الإمارات العربية المتحدة، وبعد هذا قمنا بالتحضير الأولي للجانب النظري للدراسة أين تم تنظيم وترتيب المعلومات والمعارف المتحصل عليها ضمن فصول ومباحث محددة، وفي هذه الفترة الزمنية قمنا أيضاً بإجراء الدراسة الاستطلاعية للبحث لما لها من فائدة على مستوى الجانب الميداني لاحقاً.

- **من 2016 حتى نهاية 2017:** واصلنا في هذه المرحلة العمل على تحرير الجانب النظري للدراسة حتى يصل إلى الشكل النهائي المطلوب، وتم هذا موازاة مع التعديل الدائم الذي كان يطرأ على مضمون الإطار المنهجي، وحتى على صعيد تساؤلات البحث، وهذا بفعل تأثير بعض المعارف النظرية المتحصل عليها، كما تم في هذه الفترة الدخول في الجانب الميداني للدراسة وذلك بإعداد استمارة الاستبيان وتحكيمها، ومن ثم توزيعها، وقد واجهتنا هنا صعوبات لم تكن متوقعة، حيث أن توزيع الاستبيان قد استغرق شهرا كاملا (أوت 2017) حتى بلغ الحجم المطلوب، وهذا بسبب عدم التجاوب من قبل بعض المبحوثين من جهة نظرا لعدم ثقتهم في الروابط الإلكترونية في الأساس، وبسبب الخوف من القرصنة وسرقة الصفحات الفايبرية الخاصة بهم، وهذا كان أكبر عائق بالنسبة إلينا، وبما أن حجم العينة كان كبيرا (500)، وبعد هذا استغرقنا فترة معتبرة في تعلم البرنامج الإحصائي SPSS لنتمكن من الاستفادة منه بالشكل اللازم والسليم، وهذا ما أخذ ما كان سببا آخرنا في إنجاز البحث، إلا أننا قمنا بتجاوز شوط كبير من إنجاز هذه الأطروحة بعد القيام بعملية تفرغ البيانات، والدخول في مرحلة التحليل.

- **نهاية 2017 حتى مارس 2018:** تميزت هذه المرحلة بالتركيز الكبير على عملية تفسير وتحليل وتأويل البيانات، والقيام بإنجاز المقابلات وتحليلها، حيث استمر العمل ليس فقط على صعيد الجانب الميداني بل أيضا على مستوى استخراج وتحرير النتائج العامة للدراسة وتدقيق كل فصول الأطروحة على أكبر قدر ممكن؛ سواء من حيث المعنى أو الشكل واللغة واستمر العمل على هذا النحو حتى الوصول إلى الشكل النهائي لهذه الدراسة.

2.1.2. المجال المكاني:

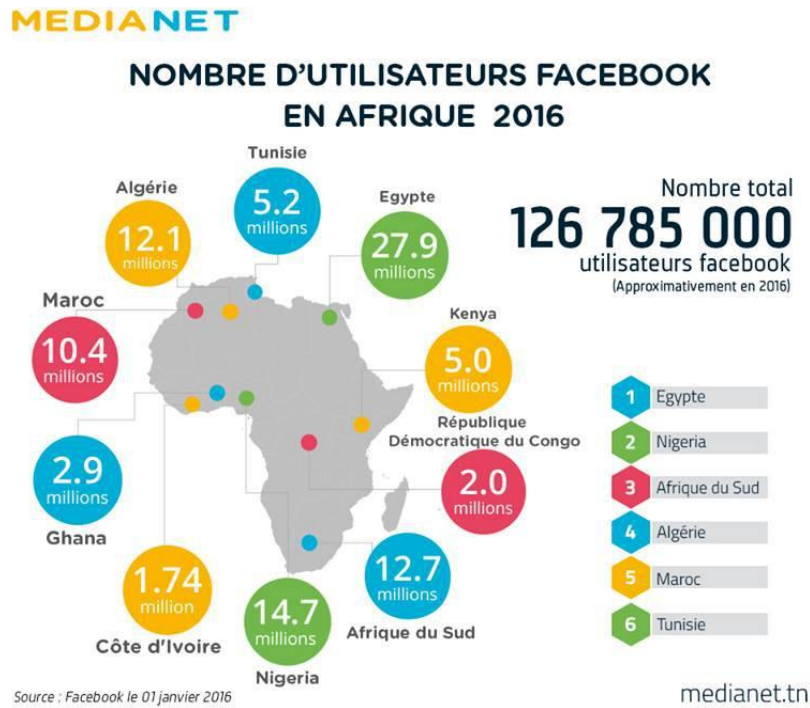
أقيمت هذه الدراسة في المجتمع الجزائري غير أنها لم تختص بمنطقة جغرافية محددة وإنما تم تطبيقها في الفضاء الافتراضي؛ تحديدا في الشبكة الاجتماعية الفايبرية، حيث تم التوجه إلى المبحوثين على اختلاف المناطق التي يقطنون فيها سواء من الغرب، الشرق والشمال أو الجنوب.

3.1.2. المجال البشري:

أقيمت هذه الدراسة على عينة من الشباب الجزائري المستخدم للفايبرية، والذين تتراوح أعمارهم ما بين سن 18 و36 سنة.

2.2. عينة الدراسة:

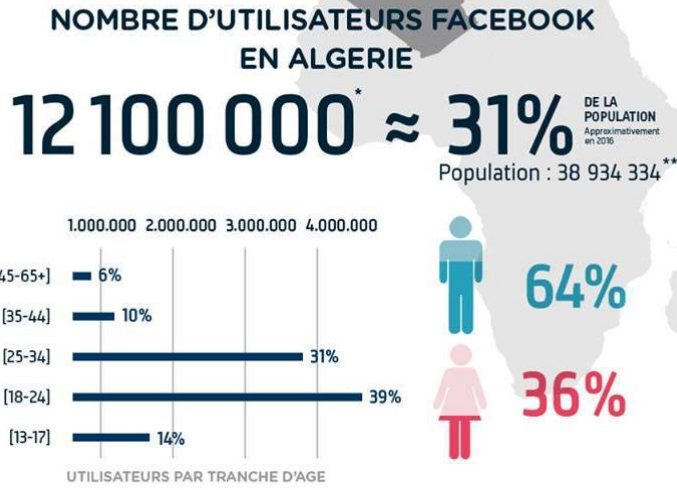
تم الاعتماد في هذه الدراسة على المعاينة غير الاحتمالية، أما فيما يختص بالعينة فقد تم اختيار العينة القصدية التي "وبناء على اسمها تخضع لاختيار مقصود حسب طبيعة الموضوع وأهدافه"¹، فهنا قد تم التوجه إلى فئة الشباب تحديداً على اعتبار أنهم الأكثر استخداماً للفايسبوك في الجزائر، وهذا ما أشارت إليه مختلف الإحصائيات، والتي نجد من بينها ما قدمته على سبيل المثال لا الحصر مؤسسة ميديا نت البحثية التي توصلت إلى أن الجزائر تحتل المرتبة الرابعة إفريقياً من حيث استخدام الفيسبوك، وذلك بنسبة 12,1 مليون مستخدم، مما يمثل 31% من مجموع السكان الجزائريين، 64% منهم ذكور، ومن حيث التركيبة العمرية فإن 69% من المستخدمين هم شباب ما بين سن 18 حتى سن 34 سنة وهذا ما تبينه الأشكال التالية:



شكل رقم (2): عدد مستخدمي الفيسبوك في إفريقيا حسب الدول لسنة 2016

¹ علي غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، مرجع سبق ذكره، ص 137.

MEDIANET



Sources : *Facebook le 01 janvier 2016 | **Banque Mondiale 2014

medianet.tn

شكل رقم (3): نسب استخدام الفايسبوك في الجزائر حسب السن والجنس لسنة 2016¹.

إذن فقد تم التوجه في هذه الدراسة إلى الشباب الجزائري المستخدم للفايسبوك، واختيار الشبكة الاجتماعية "الفايسبوك" تحديداً جاء أيضاً بناءً على نتائج الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها.

أما عن السبيل إلى الوصول إلى العينة المطلوبة، والأسلوب المتبع لتوزيع استمارة الاستبيان الإلكتروني عليها؛ فقد تم اللجوء في بداية التوزيع وكخطوة أولية فقط إلى ما يسمى بـ"التجنيد النشط" أين يعرف ويقرر الباحث في جميع الأوقات على من تقترح المشاركة عند كل استبيان وفقاً لمعايير خاصة، فلا يترك الباب مفتوحاً أمام المشاركين بالاختيار الذاتي وبهذا يتم تجنيد المشاركين عبر الإنترنت بطريقة نشطة²، فقد قامت الباحثة بتوزيع الاستبيان عبر الفايسبوك ومن خلال الرسائل تحديداً على مجموعة من الأشخاص الذين قاموا بدورهم بتوزيعه على أشخاص آخرين ممن هم موجودين في قائمة أصدقائهم، واستمرت عملية التوزيع بهذا الشكل من شخص إلى

¹ صفحة الفايسبوك الرسمية لمؤسسة medianet،

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.952690378143413.1073741850.10259>

[7716486021&type=3](https://www.facebook.com/media/set/?set=a.952690378143413.1073741850.10259)، الأحد 4 جوان 2017، الساعة 16:30.

² فضيل دليو، تقنيات المعاينة في العلوم الاجتماعية والإنسانية، د.ط، دار هومة، الجزائر، 2015، ص 163.

آخرين، حتى بلغت العينة الحجم المطلوب (500)، وهذا الأسلوب استغرق وقتاً طويلاً، غير أنه لم يكن هناك بديل أفضل من ذلك للتوزيع، حيث استبعدت الباحثة نشر الاستبيان الإلكتروني عبر الصفحات أو المجموعات الفيسبوكية لأنها تكون مبنية في الأساس على خصائص مشتركة؛ مثلاً مجموعة للطلبة، مجموعة خاصة بالأساتذة وأخرى بالنساء، أخرى بالسياسة مثلاً، وبالتالي كان هذا النمط من التوزيع هو الأنسب لعدم الوقوع في التحيز، وحتى تكون عينة الشباب الجزائري المستخدم للفيسبوك بالفعل متنوعة، ولا تقتصر على فئة معينة دون غيرها من الفئات الأخرى، وهذا الأسلوب هو شبيه إلى درجة كبيرة بعينة الكرة الثلجية.

3.2. نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بوصف الظاهرة وتحليلها " فتحليل أي ظاهرة في واقعنا الاجتماعي لا يأتي من العدم، هناك معطيات ناتجة عن الوصف الدقيق والمُعَبَّر عنه كيفاً وكما باستخدام مختلف الأدوات لجمع البيانات، وهذا ما يوفر للباحث قاعدة لبنائه وتحليله العلمي والموضوعي"¹، فالبحوث الوصفية تهدف إلى "اكتشاف العلاقات القائمة بين الظواهر وجمع المعلومات اللازمة لتكوين نظرة شاملة حول الموضوع المعالج، فضلاً على أنها تعتمد على التحليل الدقيق للوصول إلى نتائج حقيقية، كما تعتبر المجال الأنسب للتعرف على رغبات الجماعات وأهدافها وكذلك الميول والاتجاهات الإنسانية"².

¹ فاطمة الزهراء، منهجية وتقنيات البحث الاجتماعي، مركز جيل للبحث العلمي، لبنان، ISSN 2410-6666، يونيو 2015، ص 13.

² عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكناية الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، د ط، الجزائر، 1985م، ص 29 (بتصرف).

4.2. المنهج المستخدم:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح الذي يعتبر من بين " أحد المناهج الرئيسية المستخدمة في البحوث الوصفية، والذي يستعمل لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة ثم تصنيفها وتحليلها¹، والمسح هنا هو بطريقة العينة وليس مسحا شاملا، حيث سنكتفي بدراسة عدد محدود من مجتمع البحث بما يتناسب مع الوقت المخصص لإنجاز هذه الدراسة العلمية.

5.2. أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا لجمع البيانات المتعلقة بالموضوع المدروس على تقنية استمارة الاستبيان الإلكترونية التي وفرت علينا الوقت والجهد، والتي مكنتنا من الوصول إلى مختلف شرائح الشباب الجزائري من مناطق متعددة ومختلفة ومن مشارب ثقافية واجتماعية متنوعة، ومن أجل صياغة أسئلة هذا الاستبيان قمنا بمراجعة العديد من المقاييس والاستبيانات التي سبق وأن قُدمت في إطار دراسات مختلفة، حيث كان لهذا فائدة كبيرة ساعدتنا من دون شك في ضبط الأسئلة المقدمة، ويمكن حصر هذه الدراسات في ما يلي:

- عزيز لعبان، علاقة الإدمان على المشاهدة التلفزيونية ببناء الأفراد للحقائق الاجتماعية_ اختبار فرضية التنقيف على عينة من الطلبة الجامعيين والثانويين بالجزائر العاصمة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، 2007-2008.
- يعقوب يونس خليل الأسطل، المشكلات النفس اجتماعية والانحرافات السلوكية لدى المترددين على مراكز الإنترنت بمحافظة خان يونس، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011.
- Alexander Peter, Adolescent's online self-disclosure and self presentation, school of communication research, Netherlands, 2007.
- Flash Eurobarometer series, citizens regarding the social reality in 20 years time, servey conducted by the Gallup organization, April 2008.

¹ علي غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، ط2، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 1430هـ/2009، ص79.

- Chester Andrea, presenting the self in cyberspace : Identity play in Moos, Department of philosophy, University of Melbourne, PHD thesis.

وفيما يتعلق بمحاور الاستمارة فقد تم تقسيمها على النحو الآتي:

- بيانات المبحوثين: قد شملت كل من: الجنس، السن، المستوى التعليمي، المستوى المعيشي والحالة الاجتماعية، إضافة إلى المستوى المهني.
 - المحور الأول: عنوان ب" طبيعة استخدام الشباب الجزائري للفايسبوك" وقد تضمن 8 أسئلة حول طبيعة الاستخدام وعاداته، وهنا تم التركيز على جوانب محددة تعمل على تبيان مدى ارتباط المستخدمين بالوسيلة، وكما تم البحث في نمط الاستخدام من حيث كونه عاديا أو مفرطا، وإلى جانب محاولة تقصي الأهداف والخلفيات التي تقف وراء هذا الاستخدام، وكل هذا يعبر عن ما يحمله المستخدمون من تمثلات حول الفاييسبوك وحول استخداماتهم فيه.
 - أما المحور الثاني: فقد عنوان ب"بناء وعرض الذات في الحياة الافتراضية: وقد تضمن 17 سؤالاً.
 - المحور الثالث: تعلق بتصورات المستخدمين حول علاقاتهم وروابطهم الاجتماعية في الفاييسبوك واشتمل على 7 أسئلة.
 - المحور الرابع: اهتم بمسألة التأثير على اندماجية الفرد في المجتمع: وهنا استخدمنا بدل الأسئلة الاستفهامية جدولاً يتضمن عبارات مقترحة (بنوداً) على هيئة مقياس، هذا الأخير الذي تضمن 16 بنداً، حيث حرصت الباحثة على إمكانية تقسيم هذه البنود حسب فئات فرعية على النحو التالي:
- 1- دور الفاييسبوك في ربط الشباب الجزائري بقضايا مجتمعه الواقعي أو زيادة اهتمامهم بما هو عالمي على حساب المحلي.
 - 2- طبيعة تأثير الفاييسبوك على العلاقات الاجتماعية الواقعية للشباب الجزائري.
 - 3- تفضيل التواجد بالنسبة للشباب الجزائري ما بين العالم الافتراضي والواقعي.
 - 4- مدى تأثير الفاييسبوك على تصورات الشباب الجزائري حول محيطهم الاجتماعي وطبيعة هذا التأثير إن وُجد.
 - 5- مسألة تأثير الفاييسبوك على قيم ومعايير الشباب الجزائري. (ترتبط المعايير في هذه الدراسة على وجه الخصوص بكل من الجانب الأخلاقي والسلوكي للمستخدمين).

6.2. إجراءات الصدق والثبات:

لما كان من الواجب الالتزام في الدراسات العلمية الأكاديمية بالموضوعية كان من اللازم أيضا القيام بما يعرف بإجراءات الصدق والثبات لضمان البعد عن الذاتية على أكبر قدر ممكن، ولقد مرت هذه العملية بمراحل متعددة، حيث قمنا في البداية ب:

- **إجراء دراسة استطلاعية أولية**، حيث يعتبر هذا النمط من الدراسات مرحلة لا تقل أهمية عن باقي مراحل البحث العلمي الأخرى؛ بحيث تجعلنا نشكل رؤى معرفية أولية حول الموضوع، مساعدة إيانا في حصره وضبطه بدقة، فضلا على أننا من خلال هذا النوع من الدراسات نستطيع أن نحدد العينة التي ينبغي أن يتم التوجه إليها دون غيرها من الفئات الاجتماعية الأخرى، فهذه الدراسة قد تمت خلال الأسبوع الأخير من شهر مارس 2016، تحديدا في جامعة عبد الحميد بن باديس بولاية مستغانم، حيث اعتمدنا فيها على تقنية الاستمارة بغرض جمع البيانات والتي بلغ عددها 36، حيث تم توزيعها على طلبة علوم الإعلام والاتصال بمختلف مستوياتهم.

وقد اشتمل الاستبيان على 3 محاور رئيسية: بداية مع البيانات العامة الذي تضمنت: الجنس (12 ذكر، 24 أنثى)، السن (22/19، 26/23، 29/27) المستوى التعليمي (ليسانس- ماستر، ماجستير، دكتوراه)، الحالة المهنية (عامل/ غير عامل) التخصص، والوضعية الاجتماعية (متدنية، متوسطة، جيدة)، أما المحور الأول فقد عنون بعادات الاستخدام وتضمن 7 أسئلة فرعية تختص بمعرفة تفضيلات المستخدمين سواء أكان هذا من حيث وقت الاستخدام، مكان الاستخدام أو الوسيلة المستعملة، المواقع التي يجذب المستخدمون الدخول إليها، الإقبال على أي شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي، استخدام الأسماء الحقيقية أو المستعارة...، وفيما يتعلق بالمحور الثاني: تأثير استخدام الإنترنت على اجتماعية الفرد، فقد تضمن 9 أسئلة فرعية، تبحث في تأثير استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية، ووجهة نظر الباحثين حول التواصل مع الأصدقاء الحقيقيين والافتراضيين في الفضاء الإلكتروني، وتأثير ذلك التواصل على حياتهم اليومية... وغير ذلك، أما المحور الثالث والأخير جاء تحت عنوان: التفاعل الإلكتروني في الشبكات الاجتماعية يبحث في مدى ثقة الأفراد في ما ينشر إلكترونيا، طبيعة التفاعل مع الآخرين في البيئة الإلكترونية وتأثير الوسيلة على ذات الفرد.. الخ.، واشتمل على 5 أسئلة، وبعد تفريغ البيانات وتصميم الجداول

اللازمة والقيام بالتحليل الإحصائي للمعطيات تم التوصل إلى مجموعة من النتائج والتي نجد من أهمها:

- يتصف استخدام الإنترنت لدى العينة المدروسة بالاعتدال والبعد عن الإدمان حيث نجد أن 75% من الإناث يستخدمن الإنترنت ما بين 3 ساعات إلى 4 ساعات يوميا، و55,55% يستخدمن هذه الوسيلة لمدة ساعة يوميا فقط، بينما الذكور يستخدمونها لمدة ساعة يوميا فقط بما يعادل 44,44% و25% منهم يستخدمونها لفترة تتراوح بين 3 و4 ساعات يوميا.
- تحتل الشبكات الاجتماعية أعلى نسبة إذا ما تحدثنا عن المواقع التي يعمدُ الباحثون إلى الدخول إليها باستمرار، وهذا عند كلا الجنسين وبمختلف المستويات العلمية، حيث تقدر النسبة بـ 61,81% من العينة الإجمالية بينما 14,54% يواظبون على الدخول إلى موقع اليوتيوب، و12,72% إلى المنتديات، وبصفة ضئيلة جدا نجد المدونات 3,63%، أما المواقع الإخبارية فاحتلت نسبة 7,27%، كما نجد أن 64,58% من طلبة الماستر يعمدون إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي باستمرار، وكذا طلبة الدكتوراه بنسبة 50%، أما طلبة اليسانس فقدت نسبة استخدامهم بـ 33,33%.
- فيما يختص بنمط شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضل أفراد العينة استخدامها، فنجد الفايسبوك يحتل أعلى المراتب، وهذا بنسبة 66,66% بالنسبة للذكور، أما نسبة ذلك عند الإناث فقد قدرت بـ 86,66%، وتلى هذا الموقع شبكة تويتر بنسبة 25% للذكور و12,12% للإناث، وفيما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي المتبقية فهي لا تعرف رواجاً عند الباحثين على غرار موقع [Linkedin](#), [Instagram](#), [my space](#).
- 69,44% يجزمون بأنهم يتعاملون بهويتهم الحقيقية في البيئة الإلكترونية و30,55% يكون تعاملهم على أساس هوية افتراضية بعيدة عن حقيقة شخصيتهم.
- 55,55% من العينة المبحوثة يستعملون أسماء حقيقية، بينما نجد أن 44,44% يستعملون أسماء مستعارة، ويغلب استعمال الأسماء المستعارة لدى الإناث بشكل ملفت وهذا بنسبة 62,5%، على عكس الذكور فهم يستخدمون أسماءهم الحقيقية بصفة عالية، وذلك بنسبة 91,66%.

- يحبذ أفراد العينة الاتصال الشخصي ولقاء الأصدقاء بشكل فعلي أكثر من التواصل معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث جاء هذا بنسبة 75% من العينة الإجمالية في مقابل 25% يفضلون ذلك من خلال الشبكات الاجتماعية.
- أقر المبحوثون أن التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي جعلهم أكثر قرباً من أصدقائهم الحقيقيين في الواقع (31,11%)، كما عمل هذا النمط من التواصل على توسيع علاقاتهم الاجتماعية أكثر من ذي قبل (33,33%) بدل الهروب بهم إلى العزلة والانفرادية ف8,88% من العدد الإجمالي للعينة أقروا بأنهم أصبحوا يعيشون في عزلة بفعل استخدامهم للشبكات الاجتماعية.
- النسب المتحصل عليها من خلال هذه الدراسة تبين أن المبحوثين مرتبطين بشكل فائق مع واقعهم الاجتماعي الحقيقي أكثر من الفضاء الافتراضي، فهم يفضلون واقعهم على الافتراضي بنسبة 94,44% بينما 8,33% يفضلون الحياة الافتراضية على واقعهم.
- وجدنا أيضاً أن 61,11% يتفاعلون مع ما ينشر في الفضاء الافتراضي بينما 38,88% لا يتفاعلون ولا يبالون بما ينشر انطلاقاً من عدم ثقتهم في المضامين الإلكترونية.

وفي مرحلة لاحقة من سيرورة البحث تم إجراء ما يعرف بالصدق الظاهري (face validity):

بحيث تم تقييم وتحكيم الاستبيان الأولي من طرف أساتذة متخصصين* في مجال علوم الإعلام والاتصال، وكذا المشرف على الأطروحة، مما كان له عظيم الفائدة من حيث تدقيقها سواء فيما يختص بالمعنى أو الصياغة، وكذا من حيث مدى ملاءمة التساؤلات المطروحة مع المحاور التي تدرج ضمنها، ومدى ملاءمة العبارات أو البنود مع ما يرمي المحور لاستقصائه بالنسبة للمقياس الذي يمثل المحور الأخير.

* - المشرف: أ.د. فضيل دليو

- د. عكروت فريدة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.

- د. نصر الدين بوزيان، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة3.

- د. عزام أبو الحمام، كلية علوم الإعلام والاتصال، الجامعة العربية المفتوحة بالأردن.

- د. صالح بن بوزة، رئيس تخصص الصحافة والمليديا، قسم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3.

ومن أجل تحقيق إجراءات الصدق أيضا، وفي مرحلة متقدمة من البحث؛ تم القيام مرة أخرى بتقسيم الاستبيان ورقيا على عينة صغيرة من الطلبة الجامعيين بجامعة صالح بونيندر/ قسنطينة 3 في شهر أبريل - 2017، وهذا ما ساعدنا في الكشف عن الأسئلة التي كانت ستُسببُ لغطا أو سيصعب فهمها من قبل المبحوثين، فقد تم بموجب هذا تعديل العديد من التساؤلات والعبارات، وحذف البعض الآخر منها بعد اكتشاف بعض التناقضات والأخطاء التي لم تكن لتظهر لولا هذا النمط من إجراءات الصدق.

وكما قمنا من جانب آخر باستخدام اختبار ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's) من أجل تحري الثبات بالنسبة للمحور الأخير، فضلا على استخدام معامل بيرسون (Pearson) من أجل استكشاف الصدق الداخلي للمقياس ومدى الارتباط بين البنود مع بعضها البعض ومع المحور الرابع ككل.

وفيما يختص بالصدق الخارجي أي ثبات بعض النتائج المتوصل إليها:

قمنا باستخدام تقنية المقابلة كأداة بحثية مساعدة تمكننا من تحقيق ثبات اتجاه المبحوثين نحو بعض التساؤلات الهامة للدراسة؛ مما يعطينا تصورا واضحا حول مدى إمكانية رفع مستوى تعميم النتائج المتوصل إليها من خلال استمارة الاستبيان الإلكترونية. ولا تقتصر فائدة استخدام المقابلة على هذا الأمر فقط؛ وإنما تتعدى ذلك؛ فقد قمنا باستغلالها من جهة أخرى من حيث محاولة الحصول على معلومات نوعية تتعلق ببعض التساؤلات التي لم يُتَّخَ لنا التعمق فيها أو الاستفسار عن كل ما يتعلق، إذ لم يتسنى لنا طرحها في سياق الاستمارة الإلكترونية على إثر توجب قصرها، وعدم الإطالة على المبحوثين حتى لا يتم النفور منها. وفي هذا الصدد تم الاعتماد على المقابلة نصف الموجهة تحديدا؛ والتي يتم تطبيقها من خلال "تقديم مجموعة من الأسئلة التي يتم طرحها على المبحوثين مع احتفاظ الباحث بحقه في طرح أسئلة من حين لآخر دون الخروج عن الموضوع"¹.

¹ نبيل حميدشة، المقابلة في البحث الاجتماعي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد الثامن، جوان، الجزائر، 2012، ص 102.

وقد بنيت التساؤلات الخاصة بالمقابلة وفقا للتساؤلات الرئيسية للدراسة على النحو الآتي:

- 1- كم تستغرق في استخدام الفايسبوك من ساعة يوميا؟
- 2- هل تستطيع الاستغناء عن استخدام الفايسبوك نهائيا في حياتك؟
- 3- هل تضع معلوماتك الشخصية الحقيقية في الفايسبوك؟
- 4- هل ترى بأن الفايسبوك قد أثر على علاقاتك الاجتماعية ايجابيا أو سلبيا؟
- 5- هل ترى بأن الفايسبوك قد أثر سلبيا على تواصلك مع أسرتك؟
- 6- أي الأشخاص تفضل التواصل معهم عبر الفايسبوك الواقعيين أو الافتراضيين؟
- 7- هل لديك علاقات افتراضية؟ وما مدى أهميتها بالنسبة إليك؟
- 8- هل تتعامل بشخصية مثالية أو واقعية عبر الفايسبوك؟
- 9- هل تنتشر يومياتك عبر الفايسبوك؟
- 10- هل تعتقد بأن الفايسبوك قد أثر على أفكارك وقناعاتك في الحياة؟
- 11- هل بسبب الفايسبوك أصبحت ترى المجتمع الجزائري بنظرة مغايرة لما كنت تتصوره في السابق؟
- 12- هل حدث وأن وقعت في موقف غير أخلاقي عبر الفايسبوك مسك شخصا؟
- 13- هل تشعر في الفايسبوك بالجرأة وبالتحرر من مختلف القيود الاجتماعية التي تحكمك في الواقع؟

ولقد خضعت العينة في المقابلة من حيث الخصائص إلى متغير الجنس، ومتغير الحجم الساعي للاستخدام فقط دون غير ذلك من المتغيرات السوسيو-ديمغرافية الأخرى، نظرا لأن الأغلبية الساحقة من الطلبة تشترك في نفس الخصائص؛ على غرار المستوى المعيشي المتوسط المشترك، وكذا عدم العمل...، كما أن العينة كانت قصدية؛ غير أنها اقتصررت على الطلبة الجامعيين فقط دون غيرهم من فئات الشباب الجزائري نظرا لسهولة الوصول إليهم، والتعامل معهم وقد بلغت العينة 80 شخصا: 40 من الذكور و40 من الإناث ممن يستخدمون الفايسبوك، وقد تمت خلال شهر فيفري 2018 في جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم.

7.2. المعالجة الإحصائية للمعطيات وأساليب تحليلها:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على كل من الأسلوب الكمي والكيفي لاستنباط وتحليل البيانات، حيث تم استخدام برنامج **SPSS.V.19**، فقد تم توظيفه في الثلاث محاور الأولى لاستمارة الاستبيان لاستخراج التكرارات والنسب المئوية، وكل من الجداول البسيطة، وكذا المركبة التي تم من خلالها الربط بين متغيرين أو ثلاث متغيرات على الأكثر، حيث ساعد هذا على اقتصاد الوقت والجهد على نقيض الطريقة التقليدية التي كانت تستغرق وقتا طويلا وجهدا كبيرا في عملية تفريغ البيانات، ولم يتوقف استخدام هذا البرنامج الإحصائي على هذا الجانب فقط، بل تمت الاستعانة به أيضا في المحور الأخير من حيث استخدام بعض معاملات الاختبار على غرار معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's) لقياس ثبات بنود مقياس الاندماجية، ومعامل بيرسون (Pearson) لقياس الاتساق الداخلي بين البنود، وكذا اختباري أنوفا وت (&ANOVA) (T.Test) لدراسة العلاقة بين المتغيرات الأساسية للدراسة وبين العبارات المتضمنة في هذا المقياس، وقد تم التحليل الكيفي لهذه البيانات من خلال القيام بعملية التفسير والتأويل على ضوء التراكم المعرفي الذي أُدرج في الجانب النظري لهذه الأطروحة، كما تم التحليل بالاستناد على نتائج العديد من الدراسات السابقة، وكذا بعض المحتويات الإعلامية التي لها علاقة مباشرة بواقع الظاهرة المدروسة.

البناء النظري للدراسة

الفصل الثاني:

من البناء الاجتماعي للحقائق

إلى البناء الإعلامي للحقائق الاجتماعية

- 1- مدخل إلى التمثلات الاجتماعية
- 2- البناء الاجتماعي للحقائق عند **Luckmann و Berger**
- 3- بناء الحقيقة الاجتماعية عند **John Searle**
- 4- أهمية اللغة في بناء الحقيقة الاجتماعية
- 5- الفروض النظرية المفسرة لعلاقة وسائل الإعلام ببناء الحقائق الاجتماعية
- 6- الدراسات البحثية حول دور وسائل الإعلام في بناء الحقائق الاجتماعية
- 7- وسائل الإعلام: "بناء للحقائق أم للوهم"
- 8- مقارنة لحقيقة الحياة اليومية عبر الإنترنت

1-مدخل إلى التمثلات الاجتماعية:

لقد تعرضت التمثلات الاجتماعية إلى التفسير من مجموع من التيارات الفكرية، فقد كان الاهتمام بها كمفهوم أو كمجال معرفي ابتداء من القرن 17م، وكان هذا على يد عدة باحثين أمثال **لوك وديكارت (Descartes and Look)** الذين حاولوا إرساء فكرة سيادة الروح والجسد الاجتماعيين من خلال الفصل بين العمليات العقلية عن واقع الأفراد وعن العالم، وكذا **رورتي (Rorty)**، وتلاه **ماركوفاس (Markovas - 2004)** الذي تحدث عن التمثلات على أنها ظواهر اجتماعية ورمزية (P 2000, Valsiner et Ven der veer 2000, 51-52)، ومن أبرز الباحثين الذين اهتموا بدراسة هذا المفهوم أيضا **نجد موسكوفيسي (Moscovici)** الذي أكد بدوره على الحاجة إلى فهم مسار التمثلات وقدرتها في بناء الحقيقة، وفي نفس الخط نجد **جودليت (Jodelet-1991-2002)** و**ماركوفاس (Markova - 2000-2003)** الذين وجهوا الانتباه إلى رمزية التمثلات والعمليات الحوارية. فالتقليد في دراسة التمثلات أوضح أنها رمزية وتواصلية، ذلك بأن عملية التمثل من الناحية المعرفية تحصر الجهد التمثيلي في محاولة لإعادة عرض العالم الخارجي، حيث يُعَدُّ التركيز على الوظيفة التمثيلية كانعكاس لهذا العالم¹.

"إن التيارات المفاهيمية تؤكد أن العمليات التمثيلية وبغض النظر عن العمليات النفسية والاجتماعية والظروف التاريخية التي شهدتها الفكر قد أوجدت الحاجة إلى فهم العالم الخارجي بتحليل التمثلات، والذهاب إلى أبعد منها من خلال تحليل العلاقات الحوارية من جهة، والتعبير عن العامل النفسي الذي يحدد الهويات، وكذا الوجود الاجتماعي كجزء لا يتجزأ من عملية التمثيل الاجتماعي من جهة أخرى، وهو الأمر الذي أوضحه علم النفس التطويري (la psychologie du développement) **(Vygotsky، Piaget)**، كما هو الحال بالنسبة ل**ميد وموسكوفيسي (Moscovici & Mead)**، فكمفكرين قد أشاروا إلى حالة التمثلات على أنها هي في نفس الوقت معرفية واجتماعية وشخصية، وأن تقدير هذه الأبعاد الثلاثة تشرح لماذا لا تكون التمثلات

¹ عكروت فريدة، التمثلات الاجتماعية للطلبة الجامعيين والسلوكيات الاتصالية: دراسة ميدانية لتمثلات الفضاء الجامعي وسلوكيات الاتصال اليومي للطلبة، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، إشراف سعيد بومعيزة، جامعة الجزائر 3، 2014-2015، ص 120-121.

نسخة عن العالم الخارجي، ولكن في الواقع هي بناء رمزي له، ففي حقيقة الأمر فإن الرمز هو تمثيل لشيء ما مُنتَج من شخص آخر، وأن قدرة الرمز تكمن في إنتاج المعنى وتواصل هذا المعنى¹.

"ونجد علم النفس الاجتماعي يُعرِّف التمثلات كبناءات سوسيو-معرفية لأنها نتاج نشاط ذهني اجتماعي، فأى تمثّل هو بالضرورة تمثّل اجتماعي لشيء ما بالنسبة لشخص ما، وهي أيضا نتاج للتفاعلات الاجتماعية، فهي تتولد بصورة جماعية من قبل أعضاء الجماعة، ويشير مانوني (Mannoni) أيضا إلى فكرة أن التمثلات الاجتماعية حاضرة في الحياة الذهنية اليومية للأفراد والجماعات، وأنها مُشكّلة لتفكيرنا، وتؤكد جودليت (Jodelet) من جانبها على أن التمثلات ظاهرة ذهنية تطابق مجموعة من العناصر الإدراكية المعرفية الواعية والمنظمة والمنسجمة إلى حد ما فالتمثّل الاجتماعي هو معرفة بالحس المشترك الذي يسمح لجميع أفراد جماعة من أن تتحدث نفس اللغة، وهكذا يبدو التمثّل الاجتماعي كشكل من أشكال المعرفة العملية التي تربط الذات بالموضوع.

تبرز في معظم التعريفات المقدمة للتمثّل ثلاث جوانب مميزة، ومتبادلة التبعية وهي:

- جانب الاتصال:
- لأن التمثلات تزود الأفراد برموز أو شفرات للتبادلات ومدونات (Codes) لتسمية جوانب عالمهم وتاريخهم الفردي والجماعي، وترتيبها بصورة متميزة.
- جانب إعادة بناء الواقع،
- لأن التمثلات ترشدنا إلى طرائق تعيين وتعريف مختلف مظاهر واقعنا اليومي، وطرائق تفسير هذه الجوانب، واتخاذ مواقف منها.
- وأخيرا جانب التحكم في البيئة أو المحيط من قبل الفاعل
- لأن مجمل التمثلات والمعارف العملية تسمح للفرد بأن يحدد موقعه في بيئته والتحكم فيها².

¹ عكروت فريدة، المرجع السابق، المرجع السابق، ص 22.

² عبد الوهاب بوخونوفة، شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والإنترنت، محاولة اقتراب التمثّل والاستخدامات، مرجع سبق ذكره، ص 287.

"وكما ذهب موسكوفيسي (Moscovici) إلى التأكيد على أن أي تمثيل اجتماعي يتضمن

ثلاث أبعاد أساسية وهي:

- **الاتجاه:** ويعبر عن تموقع وتوجه عام ايجابي أو سلبي إزاء الشيء موضوع التمثيل.
- **المعلومة:** وتحيل إلى جملة المعارف حول الشيء موضوع التمثيل وتنظيمها ومن الممكن أن تكون هذه المعارف عديدة ومتنوعة، ودقيقة أو نمطية أو مقولبة.
- **وأخيرا حقل أو مجال التمثيل:** أي أن محتوى التمثيل يتكون من عناصر إدراكية معرفية وعاطفية في آن واحد، إنه مجمل المعارف المنظمة والمهيكله المتعلقة بشيء ما.

أما بالنسبة للوظائف التي يؤديها التمثيل بالنسبة للفرد، فيرى أبريك (Abric) أن للتمثيل الاجتماعي أربع وظائف أساسية وهي:

- **وظيفة المعرفة** وتسمح بفضل محتواها بفهم وتفسير الواقع في آن واحد¹، وأن هذه المعارف الساذجة تسمح بالاتصال والتبادلات الاجتماعية.
- **وظيفة توجيه السلوكيات** إزاء الشيء موضوع التمثيل، ووظيفة التبرير وتسمح لاحقا بتبرير الاتجاهات التي يتبناها الفرد في علاقته بذلك الشيء.
- **وأخيرا وظيفة الهوية**، وتسمح بتحديد أو تعريف هوية جماعة اجتماعية أو مهنية تشترك في علاقتها بالشيء موضع التمثيل².

يقول شمبات (Pierre Chambat) " أن مفهوم التمثيل اليوم أداة أساسية للباحثين المهتمين بفهم الصور الذهنية التي يكونها الأفراد انطلاقا من تجاربهم مع التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، وفهم وتحليل التفاعل بين هذه التمثيلات للتكنولوجيا الجديدة والممارسات الفعلية للأفراد، كما تكمن فائدة دراسة التمثيلات في أنها تساعدنا على تحقيق فهم أفضل للتغيرات التكنولوجية والمعرفية السارية، وكيف يتكيف معها الشباب وكما تساعدنا أيضا وعلى وجه الخصوص، في محاولة حصر آليات امتلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال كعنصر جديد وإعادة

¹ عبد الوهاب بوخنوفة، المرجع السابق، نفس الصفحة.

² المرجع نفسه، ص 288.

هيكته وإدماجه في طرق التفكير والفعل من قبل الشباب، ويؤكد شمبات (Pierre Chambat) على أن مسألة فهم التمثلات الاجتماعية التي يكونها الأفراد عن التكنولوجيا مسألة أساسية لأن استخدام الأفراد لهذه التكنولوجيا يتجاوز في الواقع مجرد الاستعمال الوظيفي، وأن العلاقة التي تقوم بين المستخدم والأداة لا تكون أبدا علاقة أدائية صرفة¹، ووفقا لهذا فإن فهم الحقيقة الاجتماعية يتطلب بالضرورة فهم التمثلات التي يحملها الأفراد في سياق استخداماتهم وتفاعلاتهم تحديدا في المجتمعات الافتراضية، فهما وجهان لعملة واحدة، هذا في ظل أن الشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص أصبحت بمثابة مجال يتضمن تجربة الشباب في الحياة اليومية، ولا يتضمنها فقط بل يذهب إلى توسيعها، والتعمق في غمارها بخصائص منها ما هو متشابه مع الحياة الفعلية ومنها ما هو مختلف عنها، فالبحث هنا عن طبيعة هذه التمثلات لا يكون مقتصرًا على صعيد ما يحمله هؤلاء الشباب من أفكار وتصورات في أذهانهم حول هذه الشبكات واستخداماتها فقط بل يتجاوز ذلك إلى مستوى آخر يتعلق بالفعل والممارسة.

2- البناء الاجتماعي للحقيقة عند Luckmann و Berger:

1.2. مدخل:

يُعتبر علم اجتماع المعرفة (sociology of knowledge) من أحد أهم فروع علم الاجتماع المعاصر الذي تأسس على يد الفيلسوف الألماني ماكس شيلر (Max Scheler) في سنة 1920²، والذي يتخذ من المعرفة موضوعا للتحليل السوسيولوجي، حيث يُعنى بدراسة سبل تشكيلها والاختلافات التي تتسم بها في مجتمعات متعددة، كما أن هذا العلم يتعامل مع المعرفة ليس على أساس أنها تجارب مختلفة فقط؛ وإنما يبحث في العمليات التي تتحول بها إلى حقيقة واقعية يتم إنشاؤها اجتماعيا، أي أن علم اجتماع المعرفة يهتم بالكيفية التي يتم بها البناء الاجتماعي للحقيقة، حيث يركز على مصطلحين أساسيين ألا وهما: مسألة المعرفة "والحقيقة، فكلاهما وفقا لهذا العلم يحملان نسبية اجتماعية، فما هو حقيقي بالنسبة لراهب تبتي قد لا يشكل حقيقة بالنسبة

¹ عبد الوهاب بوخنوفة، المرجع السابق، ص 286-287.

² Peter.L. Berger, Thomas Luckmann, the social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge, Penguin books Ltd, 6 Ed, England, 1991, p17.

لرجل أعمال أمريكي، كما أن المعرفة من المُجرّم تختلف عن المعرفة من عالم متخصص في علم الجريمة، ويترتب على هذا القول بأن ما تحمله الحقيقة والمعرفة يتعلق بسياقات اجتماعية معينة وهذه السياقات يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار في التحليل السوسيولوجي¹. فما يمثل حقيقة اجتماعية في مجتمع ما قد لا يكون بنفس التوجه نحو الحقيقة ذاتها في مجتمع آخر، فخصوصية كل مجتمع تفرض نفسها هنا، فباختلاف الثقافات المحلية والخلفيات الفكرية تختلف الحقائق وتتعدد بما يتماشى مع العادات، التقاليد، وأنماط التفكير والذهنيات، وحتى الخلفيات الدينية... في كل مجتمع.

ومن أبرز الباحثين الذين اعتمدوا على أسس هذا العلم لتقديم تفسيراتهم حول الحقيقة الاجتماعية كموضوع للبحث السوسيولوجي، نجد كلا من الباحثين برغر ولوكمان (**Berger & Luckmann**) اللذان انصب اهتمامهما بشكل كبير على دراسة وتحليل حقيقة الحياة اليومية حيث قدما أفكارهما حول هذا المفهوم من خلال كتابهما الذي حمل عنوان: **the social construction of reality**، حيث تم البحث في هذا الصدد عن الكيفية التي يتم بها البناء الاجتماعي للحقيقة وإشكالية تموقع هذه الحقيقة بين الذاتية والموضوعية.

كما لم يقتصر اعتمادهما على ما جاء به علم اجتماع المعرفة فقط، وإنما طرح الذي قُدم من طرفهما يعتبر "إحياءا لما جاء به ألفرد شوتز (**Alfred Schutz**) من خلال التحليل الفينومينولوجي (**phenomenological analysis**) حول عالم الحياة اليومية، وهذا لتوضيح مفاهيم سوسيولوجية أساسية عديدة، كما استفاد الباحثان مما قدمه دوركايم وفيربر (**Weber and Durkheim**)، وكذا من ميد (**H.Mead**) والأنثروبولوجيا الفلسفية مع كل من بليسنر وغيلن (**Gehlen/& Plessner**)².

¹ Ibid, p15.

² Ebert, S.Thomas, a new paradigm for the sociology of knowledge: the social construction of reality after 25 years, in Schweizerische Zeitschrift für soziologie, 18, 1992, p 494.

2.2. حقيقة الحياة اليومية:

يشير كل من برغر ولوكمان (Luckmann & Berger) إلى أن الحقائق الاجتماعية تعتبر متعددة إلا أن هناك حقيقة واحدة تعتبر هي الأسمى؛ ألا وهي حقيقة الحياة اليومية التي تقوم في الأساس على الوعي في أعلى درجاته¹، وهي ترتبط بإدراك المعرفة التي توجه سلوكنا في عالم الحياة، فهذان الباحثان يرتكزان في تحديدها لهذا المفهوم على التفسير الظاهراتي الذي ينظر للحياة اليومية على أنها تجربة ذاتية، وهذا ما كان قد أشار إليه أيضا ويليم جيمس (James William) الذي أكد بأن هذه الحقيقة ليست حقيقة كائنة بل قناعة ذاتية؛ فما هو حقيقي بالنسبة إلينا هو ما يقع في علاقة مع أنفسنا²، فحقيقة الحياة اليومية تقدم نفسها من خلال ما يفسره الإنسان أي ما يُعرف بالمعاني الذاتية؛ فهي عالم ينبع من أفكار الناس وأفعالهم، والتي يتم الحفاظ عليها على أساس أنها تعتبر حقيقة من طرفهم، فلكي نفهم هذا النمط من الحقائق يجب أن نعمل على توضيح كيف تتشكل وتؤسس المعرفة في حياتنا اليومية من خلال العمليات الذاتية التي ترتبط بالوعي، والتي يتم بموجبها ليس بناء المعاني الفردية فقط، وإنما من جانب آخر بناء المعاني الشائعة أو المشتركة؛ والتي تتعلق بكل ما هو روتيني في الحياة اليومية³، "حيث يمكن التمييز هنا في حقيقة الحياة اليومية بين قطاعين أساسيين؛ حيث يتسم القطاع الأول بالرتابة والروتين والعادوية وهو الجزء الذي لا تتطلب فيه حقيقة الحياة اليومية تحققا إضافيا (vérification) على مجرد وجودها وبروزها أمامنا، وهو القطاع الذي نعيشه كما هو، أما القطاع الثاني فيشتمل على كل ما لا يدخل في إطار العالم الروتيني، ويعتبر جديدا على تجربة الحياة اليومية، والذي من الممكن أن يتأتى إلينا كمجموعة من المشكلات"⁴.

¹ بيتر برغر، توماس لوكمان، البنية الاجتماعية للواقع: دراسة في علم اجتماع المعرفة، ترجمة أبو بكر أحمد باقادر، ط1، دار الأهلية للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2000، ص32.

² عزيز لعبان، علاقة الإدمان ببناء الأفراد للحقائق الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص.ص72-82.

³ Peter.L. Berger, Thomas Luckmann, the social construction of reality, op.cit, p.p33-35..(بتصرف)

⁴ عزيز لعبان، المرجع نفسه، ص71-72.

والعامل المؤثر هنا هو اللغة بالدرجة الأولى؛ حيث يشير الباحثان إلى أن الحياة مع وعن طريق اللغة يتم فيها التشارك في المعرفة اليومية مع الآخرين التي تأخذ الطابع التراكمي في شكل فئات لغوية، فاللغة إذن لها وظيفة تأسيسية في البناء الاجتماعي للحقيقة على اعتبار أنها الوسيلة الأهم في التنشئة الاجتماعية، فالطفل يصبح كما تم توجيهه ويستمر في أن يكون كما هو عن طريق المشاركة، والحوارات المستمرة مع الأشخاص المهمين، فالحقيقة الذاتية بالنسبة لهذا الطفل تبقى مرتكزة على هذه المحادثات¹.

ويتم تنظيم حقيقة الحياة اليومية حول ما يسميه الباحثان بـ"هنا" و"الآن" (here of my body and now of my presence) فهذان العنصران هما محور الاهتمام في الحياة اليومية فهما اللذان يحققان جانب الوعي²، وبعبارة أخرى فإن واقع الحياة اليومية يتشكل بما يتماشى مع المكان الذي نوجد فيه وكذا مع زمن هذا التواجد، فهذين البعدان يؤثران على البنى المُشكَّلة لحقيقة الحياة اليومية؛ فالمعنى هنا أن تجربة الحياة اليومية من حيث القرب والبعد الزماني والمكاني مختلفة فالأقرب بالنسبة لي في الحياة اليومية هو ما يمكنني الوصول إليه بشكل مباشر، فالعالم متضمن في ما أفعله، كما تتضمن حقيقة الحياة اليومية مناطق أخرى لا يمكنني الوصول إليها، لكن حتى ولو لم أكن أملك الدافع العملي اتجاهها³ (ليس لدي مصلحة أو منفعة منها) إلا أنه لدي اهتمام غير مباشر بها، فعلى سبيل المثال، يقول الباحثان:

" إذا كنت ميكانيكيا فأنا مهتم بعالم المرآب، ومهتم بدرجة أقل بما يجري في مختبرات فحص السيارات في ديترويت، رغم أنه من المستبعد أن أكون في أحد هذه المختبرات ولكن العمل المنجز هناك سوف يؤثر على حياتي اليومية، وقد أكون مهتما بما يجري في الفضاء الخارجي ولكن هذا الاهتمام هو مسألة اختيار خاص في وقت الفراغ وليس ضرورة ملحة"⁴.

¹ Peter.L. Berger, Thomas Luckmann, loc.cit.

² Ibid, p36.

³ Ibid, p37.

⁴ Idem.

فالباحثان هنا يربطان حقيقة الحياة اليومية بالأوضاع الاجتماعية المختلفة ومدى اهتمام الأفراد بها، فالذي يشكل حقيقة الحياة اليومية بالنسبة لفرد ما هو ما يتمحور حوله اهتمامه وهو ما يستطيع أن يؤثر فيه كفاعل اجتماعي، أي أن المجال أو الموضوع أو الفضاء الذي يعيش فيه الفرد تجربته الخاصة، والتي يستطيع أن يعدل أو يغير فيها أو يقوم بفعل اجتماعي يؤثر عليها والذي يهتم به الفرد كل هذا من الممكن أن يشكل حقائق في حياته اليومية.

3.2- الحقيقة الاجتماعية بين الذاتية والموضوعية:

يمكن القول بأن المجتمع يتضمن الحقيقة من خلال ازدواجيتها باعتبارها:

- حقيقة موضوعية (objective)

- حقيقة ذاتية (subjective).

فالحقيقة تتشكل من خلال الوعي الذاتي للأفراد، مثلما تتشكل أيضا من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية، والتي يمكن تعديلها من خلال التفاعلات اليومية، فبالرغم من أنها تنتج من خلال النشاط والفعل الاجتماعي للأفراد إلا أنها تظهر لهم على أنها منفصلة ومستقلة عنهم¹ فحقيقة الحياة اليومية تعرض نفسها كعالم للذاتية المشتركة (المتبادلة) (intersubjectivity) أي العالم الذي أشتراك فيه مع الآخرين الذين يكتسبون الخبرة حول أنفسهم في الحياة اليومية، فلا يمكن إذن التواجد في هذه الحياة من دون التفاعل المستمر والتواصل مع الآخرين، حيث نجد لوكمان (Luckmann) في هذا الصدد يؤكد على أهمية الاتصال لفهم الحقيقة الاجتماعية².

¹ Ebert,S. Thomas, a new paradigm for the sociology of knowledge, op.cit, p.p 493-494.

• يشير Luckmann إلى أن الاتصال ما هو إلا فعل اجتماعي يستخدم إشارات ذات أشكال مختلفة وأن الاتصال هو قبل كل شيء " تبادلي"، كما أنه عملية للإنتاج، ووسيط للمعرفة، فهو أمر بالغ الأهمية بالنسبة له في إنتاج وإعادة إنتاج البنى الاجتماعية، كما ركز هذا الباحث على الفعل التواصل كفعل رمزي، وعلى ضرورة الربط بين الحقيقة المبنية اجتماعيا، الأفعال، الوعي الذاتي وأنظمة الاتصال. (أنظر: Marta Rizo Garcia, reality construction, communication and daily life : an approach to Thomas Lukmann .(work

² Ibid, p500.

فبالنسبة لبرغر ولوكمان (Luckmann & Berger) كل من الحقيقة الموضوعية والحقيقة الذاتية يتم تشكيلهما من خلال التفاعل بين الناس في العالم الاجتماعي، وهذا العالم بدوره يؤثر على الناس مما يؤدي إلى تجسد ما أسماه الباحثان بالروتينية (routinization) والعاداتية (habitualization)، حيث تصبح الأفعال متكررة، يتم صبها في نمط واحد ويمكن استنساخها من جديد دون بذل جهد لذلك، حيث ينخرط الناس في هذا أكثر من البدء من جديد في كل شيء فالعاداتية والروتينية يشكلان مخزنا عاما للمعرفة يتمأسس في المجتمع لدرجة أن الأجيال القادمة تكون لها تجربة مع هذا النمط من المعرفة، حيث يعتبرونها حقيقة موضوعية، وتأكيد هذه الموضوعية هو مستمر من خلال تفاعل الفرد مع الآخرين¹، فالأشخاص هم من يؤسسون المجتمع ويحولونه إلى حقيقة موضوعية، والفرد ما هو إلا " مُنتج اجتماعي"².

ومن ناحية أخرى صحيح أن هناك عالم مشترك* مع الآخرين لكن ما يدركه الآخرون في عالم خاص بهم ليس بالضرورة أن أدركه أنا، لكن بما أننا موجودون جميعا في عالم مشترك، فكلنا نملك ما يعرف بالموقف الطبيعي (natural attitude)، وهو الموقف الواعي للحس العام³.

نلاحظ هنا أن التركيز موجه إلى مسألة بناء المعاني المشتركة، الفعل الاجتماعي للأفراد ودور التفاعل مع الآخرين في تحقيق هذه العملية، بما يُمكنهم من تفسير المعاني بشكل هو أقرب إلى

¹ Ton Andrews, what is social constructivism ?, the grounded theory review, vol 11, issue 1, 2012, p 40-41.

² Marta Rizo Garcia, reality construction, communication and daily life : an approach to Thomas Luckmann work, Intercom, RBCC, vol : 38, N : 2, July 2015, p22.

* **العالم المشترك** الخاص بالبشر حسب **Arendt** يستند إلى تلك القدرة على التبادل بين الكائنات البشرية، حيث أن الذات عندما يتبادلون التجارب يستطيعون خلق حكايات عن أنفسهم، وكذلك عن العالم المادي وعن العالم اللامادي، فالعالم المشترك يولد علنيا من خلال التبادل والاعتراف المتبادل بين مختلف شركاء هذا التبادل، وإن الاعتراف يقتضي حدا أدنى من قابلية الاتصال والتواصل، مما يتيح التعرف على هوية المتماثلين، وفي نفس الصدد يعبر كانط عن العالم المشترك أي الحس المشترك باعتباره طريقة تفكير بوضع الذات مكان الآخرين، كما يجب هنا أن لا نخلط بين حالة التطابق مع الغير أو تبني وجهة نظر الآخرين، بما يعني الارتفاع فوق الفكر الفردي، وتجاوزه نحو نظرة أكثر عمومية للأشياء. (أنظر: يان سبورك، أي مستقبل لعلم الاجتماع: في سبيل البحث عن معنى وفهم العالم الاجتماعي، ترجمة حسن منصور الحاج، ط1، الإمارات العربية المتحدة، 2009، ص.ص 146-147).

³ Peter.L. Berger, Thomas Luckmann, op.cit, p37.

النمطية في حياتهم اليومية، وهذا ما نجده أيضا في فكر ألفرد شوتز (Alfred Schutz) من خلال ما قدمه في الاتجاه الفينومينولوجي، والذي يقول أن:

"عالم الحياة (life-world) يزخر بعدد هائل من الأفعال والخبرات بداية من واقع الحياة اليومية، أي التجارب ومن الأفعال الاجتماعية المألوفة للأفراد العاديين وتعبير آخر، فإن العلم الاجتماعي يبدأ من طبيعة الأشياء البديهية والواضحة بذاتها للعالم الاجتماعي، والتي هي بدورها السمة المميزة للأفراد في "الموقف الطبيعي" ويمثل الموقف الطبيعي واقع الحياة اليومية ويرفض كل شيء خارج عنها، وليدرك العالم الاجتماعي العالم المألوف، عليه أن يلجأ إلى تفسير الطرق التي من خلالها يحدد الأفراد مواقفهم، وأفعالهم، وفي نفس الوقت يبحث في بناء هذه المواقف والأفعال، كما أن عالم الحياة اليومية موجود بين الذوات الإنسانية".

كما يرى schutz أن:

"العالم هو قسمة مشتركة بين الآخرين، إنه جمع من الفاعلين بينهم تفاعل مستمر" حيث أن وجودهم يؤثر على تطور ذواتهم، لذلك يصبح الواقع الاجتماعي حاصل جمع كل الأشياء ومجريات الأمور التي تحدث داخل العالم الاجتماعي، الذي ينبنى حول علاقات اجتماعية تستوعب العديد من أنماط الاتصال ويتعين على كل فرد أن يحس ويعطي لأفعال الآخرين معنى ما وذلك بأن يتعلم أن يفسر ماذا يكون عليه الفعل وما يدور حوله، ولا يتأتى ذلك إلا بتوافر قسط وافر من المعرفة، والفهم المتداول والمشارك بين الجميع"¹.

وهذا ما أشار إليه الظاهراتيون أيضا من خلال ما قاله سورير:

"الحقيقة الاجتماعية هي نتاج أفراد يجربون ويؤولون ويفهمون ويفعلون بكيفية لها

معنى".

¹ رابح كعباش، الاتجاهات الأساسية في علم الاجتماع، مخبر بحث علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، الجزائر، ص 177-178.

بناء الحقيقة الاجتماعية لدى الظاهراتيين يعتمد على الحواس بالدرجة الأولى، "فمكانة الحواس في مقارنة الحق والحقيقة والأشياء لازمت الإنسان منذ القدم¹، فبينما كانت مقارنة الحقيقة تقوم على الاستقراء (deduction) كما نجد ذلك عند الفرابي أو أفلاطون، أو على الاستدلال (induction) كما هو الحال عند ابن الهيثم وأرسطو، فإن كلا الطرحين يحمل انعكاسات جلية على الحواس، ذلك أن الانطلاق من الكل واعتبار الحقيقة كامنة في عالم الأفكار يجعل الحواس أدوات فحسب، ويكون التركيز على هذه الأخيرة محدودا على اعتبار أنها واسطة في فهم بعض أجزاء عالم الفكر، وهنا يلعب العقل أو الوعي في الظاهراتية الدور الحاسم في دفع الإنسان إلى إقليم الاكتمال، فبالنسبة إلى اعتماد الجزء لمعرفة الكل، فإن الأولوية في المرجعية تقع على الحواس إذ أنها أساس الحصول على الموارد الخام، والتحسس بما يجري في العالم الإمبريقي، وتصبح الحقيقة حقائق وأشياء وأحداثا وصيرورات ملموسة، فالعالم يستبدل هنا بالمعاني والفهم والنظرة الذاتية في مقارنة ما يعيشه وعي الإنسان في تجربة عالم الحياة، وتكون الحواس المرتبطة بالوعي أساسا أدوات التأمل والتمعن والتأويل، وعلى أساس كل هذا كما يقول الدكتور **عزي عبد الرحمن** يمكن للحقيقة أن تكون إنسانية فهي نسبية قابلة للخطأ كمثل الحقيقة التي تؤسسها الإيدولوجيا أو الحقيقة التي تكونها وسائل الاتصال الجماهيرية لدى الجمهور الواسع².

فيبر (Weber) في نفس السياق يرى أن: "الظاهرة ما هي إلا أفعال اجتماعية ولدراسة الفعل الاجتماعي فإن التركيز ينبغي أن يتوجه نحو الفاعل الذي ينتج الفعل ومن جهة أخرى فإن الفعل يعتبر اجتماعيا فقط بقدر ما هو موجه للآخرين"³.

أما **هابرماس (Habermas)** في نظريته حول الحقيقة، فهو ينتقد بشدة الخلط بين الموضوعية والحقيقة، وبين ادعاء الصحة واليقين الذاتي، حيث يرى أن الحقيقة تنتمي إلى عالم الأفكار وليس إلى عالم الإدراك الحسي، وأن الموضوعية تنتمي إلى مجال الأفعال والتجارب، بينما

¹ عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، ط3، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (28)، لبنان، 2013، ص 33.

² المرجع نفسه، ص34.

³ عزي عبد الرحمن، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، دار الأمة، الجزائر، 1995، صص 59-61.

تتتمي الحقيقة إلى مجال الخطاب الاستدلالي، وفي مقابل الخلط بين ادعاءات الصحة واليقينيات الذاتية، يعلن هابرماس (Habermas) أن الحقيقة ليست علاقة تطابقية، وليست منطقتا توافقيا إنها عقل واستدلال. فالحقائق وفقا له هي ادعاءاتنا التي نزعم أنها صحيحة، كما يميز بين اليقينيات الذاتية عينها المبنية على التجارب الذاتية، وبين ادعاءات الصحة حيث يرى أن هذه الأخيرة هي "عبر-ذاتية" يمكن التحقق منها في حين أن اليقينيات الذاتية "فردية وذاتية"، وهذه اليقينيات المرتبطة بالتجربة الشخصية تنقسم إلى ثلاث أقسام: فهناك اليقين الاعتقادي المرتبط بالتجارب التواصلية الذي يركز على ادعاء الصدقية، وهناك اليقين غير المحسوس الذي يرتبط بفعل الفهم ويرتكز على ادعاء المفهومية*، ثم هناك اليقين المحسوس الذي لا يتضمن أي ادعاء للصحة¹.

ومن جانب آخر فإن الموضوعية تعتمد على ملاحظة الأفعال الاجتماعية، ودراستها كأشياء تفسر الحياة الاجتماعية عن طريق أسباب وعوامل خارجة عن وعي الفاعلين الاجتماعيين، وأما الذاتية فهي على العكس من ذلك، فهي تحصر محتوى مظاهر الحياة الاجتماعية فيما يعبر عنه الفاعلون الاجتماعيون أنفسهم، وفيما يدركه فكر الحس العام، ومن ثم فإن علم الاجتماع يتحول إلى مجرد تأويل لتأويلات الفاعلين الاجتماعيين أنفسهم، ومع ذلك فإن الواقع الاجتماعي بتعقيده وتعدد تفصيلاته وتشابك علاقاته يبدو الإدراك الحسي للباحث الاجتماعي في صورة غير واضحة المعالم ولهذا تتطلب دراسة هذا الواقع نوعا من التنظيم التصوري (التمثيلي)، وتظهر هذه الأنماط

*يشير هابرماس إلى أن كل من المفهومية، الصدقية، الصحة والحقيقة كلها عبارة عن ادعاءات للصحة وأن كلا من الحقيقة والصحة ينتميان إلى الخطاب الاستدلالي، أما المفهومية والصدقية هنا فليس لهما أي طابع استدلالي وأنهما يتميزان بطابع الفعل، والمفهومية هنا يقصد بها هابرماس التفاهم بين المتكلمين الفاعلين، الذين يجب في نظره أن يحظوا بالحرية نفسها في التواصل والاستدلال، وفي وضع كل شيء موضع سؤال، وفي التعبير عن أفكارهم وأحاسيسهم، فحرمان بعضهم من امتياز معين يضع عقبات أمام التواصل وبالتالي أمام الحقيقة، لأن الحقيقة تبنى على الاستدلال، فهي ضد صناعة الوعي أو استعمار الواقع، فهو يركز في طرحه على الأفعال التواصلية. (للمزيد من التفاصيل أنظر: محمد عابد الجابري - المرجع الموالي).

¹ محمد عابد الجابري، التواصل نظريات وتطبيقات، سلسلة فكر ونقد، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2010، ص 36-37.

التصورية على أنها وحدات يتخذها الباحث موضوعا للدراسة ومفهومات يتم على ضوءها دراسة الواقع الاجتماعي¹.

هذا بالإضافة إلى كون المعاني الذاتية، وتصورات الأشخاص هي أيضا وبطريقة ما موضوعية، لأنها توجد أولا خارج ذات الإنسان ك أشياء يحتاج هذا الأخير لتعلمها قبل أن يحولها أو أن يمتثلها ذاتيا، وبما أن هذه المعاني الذاتية موجودة فعلا في ضمائر الأشخاص سواء كانت صحيحة أو خاطئة، فهي تؤثر في سلوكيات الناس وتصرفاتهم، وقد تكون محل إجماعهم، ومن ثم تنتج واقعا اجتماعيا موضوعيا، وهو الأمر الذي يؤكد من منظور آخر بورديو (Bourdieu) (1991) حين يشير إلى عدم التزام الموضوعيين عندما يجردون الواقع من تصوره².

يتقارب هذا الطرح مع ما جاء به غيدنز (Giddens) الذي يرى أن "الأنساق الاجتماعية لا تتميز بأي استقلالية عن الظواهر الذاتية، وأن الأنساق لا توجد إلا بمقدار ما تكون متضمنة بصورة مباشرة في أسباب الفاعلين ودوافعهم، فالعالم الاجتماعي هو عالم يقوم على الأداء النشط للأفراد وهو أيضا ثمرة هذا النشاط"³، وفي نفس هذا الاتجاه نجد النظرية التكيفية التي ترى أن "الحقيقة الاجتماعية تتكون من كل من الجوانب الذاتية والموضوعية، وأن كلاهما يؤثران في الآخر، فالعالم الاجتماعي هو معقد ومتشابك، والتشابك هنا هو نتاج الصلات والروابط المتنوعة بين "الفعل الاجتماعي" و"البناء الاجتماعي"، فهذان العنصران يرتبطان ببعضهما أوثق الارتباط ليشكلا واقعا اجتماعيا معقدا متعدد الأوجه"⁴.

¹ فضيل دليو، علم الاجتماع المعاصر: ثنائية النظرية والمنهجية، دراسات نقدية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 1425هـ/2004، ص48.

² المرجع نفسه، ص49.

³ ديرك لايدر، قضايا التنظير في البحث الاجتماعي، ترجمة عدلي السمري، مراجعة وتقديم محمد الجوهري، د.ط، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2000، ص249.

⁴ المرجع نفسه، ص.ص 243-247.

" لكن إذا سلمنا بضرورة الجمع أو الدمج بين البعدين، فكيف يمكن تحديد العلاقة بين الواقع الاجتماعي وتصوراتهِ؟ وبين وضعية ما وتعريفها؟، أو حسب برغر (Berger) بين البناء الاجتماعي والعوالم التي يعيش فيها الأفراد، أي التنظيمات المعرفية المفسرة للواقع، والتي بداخلها يتم تأويل التجارب الفردية.

برغر ولوكمان (Luckmann & Berger) بالرغم من اعترافهما بأن الواقع يحدد اجتماعيا فإنهما يقدران التعريفات الشخصية التي تتجسد دائما، أي أن الأفراد والجماعات تصلح لتحديد هذا الواقع، معللين ذلك بأن فهم واقع اجتماعي معين في وقت معين يستوجب فهم النظام الاجتماعي الذي يسمح للأشخاص بتقديم تعريفاتهم¹، ومن ثم يجب الانتقال من ما؟ الموجودة إلى من؟ المحددة سوسيولوجيا، فالمجتمع كواقع موضوعي وذاتي لا يمكن التسليم بمظهره هذين إلا إذا اعتبرنا المجتمع كعملية دياليكتية تتكون من ثلاث أوقات تجسد فيها الأفكار الباطنية ثم تستبطن (**externalization, internalization, objectivation**)، ولكن لا يجب أن تدرس هذه الأوقات وكأنها تجري في تسلسل زمني، لأن المجتمع وكل جزء منه يختص بالأوقات الثلاثة في آن واحد...، ويصدق ذلك على الفرد الذي يخرج من ذاتيته إلى العالم الخارجي بالتزامن مع استبطانها كواقع موضوعي، وبعبارة أخرى فإن الوجود في المجتمع يعني المشاركة في هذه الدياليكتية، ومن ثم فالبناءات التقديرية ليست إذن مجرد انعكاس سلبي للبناءات الاجتماعية التي نبعت من وسطها، فهي تتمتع بنوع من الاستقلالية عن خلفيتها الاجتماعية، بل لها القدرة على التأثير فيها، فالأفعال المنتجة تتحول إلى "منتجة" بعد حين، وأما المجتمع فهو نتاج إنساني وواقع موضوعي في نفس الوقت².

¹ فضيل دليو، علم الاجتماع المعاصر، مرجع سبق ذكره، ص 50.

² المرجع نفسه، ص 51.

3- الحقيقة الاجتماعية عند John Searle:

حاول جون سيرل (John Searle) في معالجته لمفهوم الحقيقة الاجتماعية أن يجيب على جملة من التساؤلات البحثية والتي نجد من أهمها: " كيف يمكننا بناء حقيقة اجتماعية موضوعية؟ كيف يمكن أن تكون الحقيقة موضوعية وبتوافق بشري؟ كيف لها أن تكون موضوعية مطلقة؟ وكيف للحقائق المؤسساتية أن تكون ممكنة؟ كيف تتشكل بنية هذه الحقائق؟ وما دور اللغة في بناء هذه الحقائق؟"¹، حيث اعتمد هذا الباحث في دراساته على عدة مفاهيم أساسية على غرار: الحقيقة "والتمثلات، والمعرفة وكذا الحقيقة المؤسساتية.

ويرى هذا الباحث بأن الحقائق الاجتماعية " تشمل مختلف الجوانب الإنسانية في العالم، فهي تتشكل من المبادئ والمعتقدات، والآراء، التي قد تلهم بإتباع سلوك معين في المجتمع دون غيره من السلوكيات الأخرى، وفي المعتاد يمكن تقسيم هذه الحقائق إلى فئتين:

- الحقائق الطبيعية

- الحقائق الاجتماعية.

فالأولى الطبيعية هي موجودة في هذا العالم منذ الأزل، وتتجسد مستقلة عن الإدراك البشري وبالتالي مستقلة عن ما قد يظنه الأفراد، في حين تعتبر الثانية (الاجتماعية) مرتبطة بالفكر الإنساني، وتعتمد في الأساس على التصورات"²، فالحقائق الطبيعية هي موجودة في المجتمع بغض النظر عما يحمله الأفراد من أفكار وصور ذهنية، وبعيدا عما يعتقدونه، ويتم تقبلها كأمر مفروغ منه، ولا يتدخل في بنائها الإنسان كفاعل اجتماعي، في حين أن الحقائق الاجتماعية ترتبط بأفعال الناس وممارساتهم الاجتماعية، كما ترتبط أيضا باتجاهاتهم ومواقفهم وتمثلاتهم حيال الأشياء، الأحداث، وكل ما يدور في عالمهم الاجتماعي.

¹ John.R. Searle, the construction of social reality, Penguin group Ltd, Strand, London, 1995, p.p2-3.

² S.Sandri, reflexivity in economics: an experimental examination on the self referentiality of economic theory, springer, Verlage, Berlin, Heidelberg, 2009, p32.

يقول جون سيرل (John Searle):

" هناك أجزاء من العالم الحقيقي تمثل حقائق موضوعية في العالم والتي تتم بالاتفاق البشري، بمعنى هناك أشياء موجودة فقط لأننا نؤمن بوجودها، أنا أفكر في أشياء مثل: النقود، الممتلكات، الحكومات، الزواج، والعديد من الحقائق الأخرى، هذه الأمور كلها هي حقائق موضوعية، فالمسألة هنا ليست مسألة تفضيلات أو تقييم أو موقف أخلاقي، وهناك حقائق مثل أن جبل إفرست تغطيه الثلوج والجليد في القمة، أو أن الهيدروجين يحتوي على إلكترون واحد، فهذه حقائق مستقلة تماما عن أي رأي للإنسان، وهناك حقائق أخرى تتوقف على الاتفاق البشري كحقائق مؤسسية".

فالحقائق المؤسسية (**institutional facts**) تُطْلَقُ عليها هذه التسمية لأنها تتطلب مؤسسات إنسانية لتحقيق وجودها، عكس الحقائق اللامؤسسية، والتي يُطْلَقُ عليها سيرل (Searle) اسم الحقائق البحتة (**brute facts**)¹؛ والتي تعتبر من "مسلمات الأمور، فالورق مثلا: له وجود طبيعي فعلي، لكن هذا الورق من الممكن أن يصبح حقيقة اجتماعية إذا كان مثلا يمثل قيمة مالية (نقدية) تابعة لدولة ما فبالتالي قطعة الورق قد اكتسبت خاصية اجتماعية في هذه الحالة"، أي تم تأسيسها اجتماعيا.

هذا المثال يشير إلى العلاقة بين الحقائق الطبيعية والحقائق الاجتماعية، ما بين الاجتماعي والمادي، بحيث نجد أنه لا يمكن الفصل بينهما فضلا تاما، فلا تعتبر فعليا مستقلة عن بعضها البعض، ولكنها تتداخل، غير أنه من ناحية أخرى يمكن أن توجد حقائق اجتماعية بدون حقائق طبيعية، وفي حالات أخرى تكون الحقائق الاجتماعية متضمنة في المادية.

ويمكن تلخيص هذه المناقشة في القول بأن الحقائق الاجتماعية هي نتاج بشري يقوم الإنسان ببنائها، وهذه الحقائق تحددها مجموعة من الأفراد، بحيث تعطي وظيفة للشئ المادي في ظروف معينة ومجتمع معين، فيتفق الأفراد على تلك الوظيفة ويتقبلونها².

¹ John Searle, op.cit, p2.

² S.Sandri, reflexivity in economics, op.cit, p32.

يمكن توضيح ما سبق من خلال ما ذكره جون سيرل (John Searle) حول أن أبنية الحقيقة الاجتماعية هي معقدة-إن صح التعبير- وذات تراكيب غير منظورة، ولا نستشعر ثقلها فالطفل مثلا: يتربى في ظل ثقافة يتخذ فيها الحقيقة الاجتماعية أمرا مسلما به، فنحن نتعلم كيف نستخدم أشياء مثل: السيارات، أحواض الاستحمام، المنازل، النقود، والمطاعم، ونذكرها دون أن نتعلم السمات الأنطولوجية الخاصة بها، فوجودها يبدو لنا طبيعيا كوجود المياه والحجارة والأشجار وغالبا ما يتعذر علينا أن نرى الأشياء بوصفها ظواهر طبيعية تجردت من أدوارها الوظيفية في الوقت الذي يتيسر لنا أن نرى الأشياء المحيطة بنا وفقا لوظائفها الاجتماعية، فالطفل يتعلم أن يرى السيارات المنطقية والعملات النقدية، وأحواض الاستحمام.....، غير أنه من خلال القدرة على التجريد يمكن أن نرى في هذه الأشياء: كتلا معدنية ذات خطوط منحنية، وألياف سيلولوزية وتجاويف حديدية مغطاة بسطح مصقول تمتلئ بالمياه، فنحن نُشيد الواقع ليخدم أغراضنا¹.

وقد أكد John Searle أن هناك ثلاث محددات يمكن خلالها تفسير الحقيقة الاجتماعية: أن نسند وظيفة، وأن نقصد وجودا نفهمه، ونعبر عنه في شكل جماعي، وأن توجد القواعد التي تضع الأسس وتوفر المقومات.

1- إسناد الوظيفة:

" بقدر ما تحيط خبراتنا الطبيعية بالأشياء الموجودة في عالم الحقيقة الاجتماعية فإن خبرتنا بالأشياء تتجاوز كونها موضوعات مادية أو مجموعة من الجزئيات إلى ما تؤلفه من عوالم من مقاعد، منازل، قاعات محاضرات.... فكل هذه الأسماء التي أطلقناها وتواضعنا على استخدامها تقتضي وجود معايير تقييم مستمدة من داخل الظواهر التي نتناولها، بما تجعل تنطبق عليها هذه الأوصاف غير المستمدة من المكونات المدرجة تحت (الموضوع المادي)، فحتى الظواهر الطبيعية كالأشجار والأنهار يمكن أن نسند إليها وظائف تحدد قيمتها بوصفها جيدة أو سيئة وعلى أساس منها يتحدد مدى نجاحها في القيام بما نسند إليها من وظائف.

¹ جون. ر. سيرل، بناء الواقع الاجتماعي: من الطبيعة إلى الثقافة، ترجمة حسنة عبد السميع، مراجعة إسحاق عبيد، المركز القومي للترجمة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط1، 2012، ص 35.

فالوظائف لا تُشكّل على الإطلاق جزءاً أصلياً من التكوين الفيزيائي لأي ظاهرة وإنما تفرضها عليها من خارجها المخلوقات الواعية التي تدركها وتستخدمها فهذه الوظائف باختصار ليست أصلية من تركيب البنية، وإنما تتعلق بمن يدركون الأشياء¹.

ويمكن أن نوضح هذا من خلال مثال يضربه جون سيرل (John Searle): عن النقود

حيث يقول:

"قطعة الورق التي أدرها في محفظة نقودي، إذا أخرجتها من المحفظة لتفحصها، سأرى أن خصائصها الفيزيائية عادية للغاية، فهي من الناحية الفيزيائية ألياف سيليلوزية ملونة ببعض الأصباغ، ومع ذلك وبالرغم من تهاة مكوناتها الفيزيائية والكيميائية، فنحن جميعاً نحيطها بشيء من الأهمية، والسبب في ذلك أنها نقود، إذا سألتنا ما الوقائع التي تجعل منها نقوداً²، سنجد أن مكوناتها الفيزيائية هي قاصرة عن إجابة هذا السؤال... يمكن أن نقدم بدايات إجابة بالقول: إن هذا النوع من الظواهر هو نقود فقط إذا فكرنا بأنه نقود،... لا يكون نمط من الأشياء نقوداً على المدى الطويل إلا إذا قُبل كنقود، ولكوني وكون الآخرين نعتقد أن ما في جيبتي هو نقود، فإن لدي بعض القدرات والقوى التي لا أستطيع امتلاكها من دونها، وما ينطبق على النقود ينطبق على الواقع المؤسساتي بشكل عام"³.

ويميز جون سيرل (John Searle) في طرحه بين نوعين من الوظائف فيما يتعلق بالحقيقة الاجتماعية حيث يمكن توضيح ذلك من خلال قوله بأنه هناك "فرقاً مميّزاً بين الوظائف المسندة (agentive)، والوظائف غير المسندة (nonagentive)، ويتعلق فرض الوظائف المسندة للأشياء وللظواهر أحياناً بمقاصدنا وبأغراضنا الفورية، سواء كانت هذه المقاصد لها غايات عملية أم كانت خاصة بتذوق الطعام أم كانت جمالية أو تعليمية... فعندما نقول أن هذا حجر مثبت

¹ جون. ر. سيرل، المرجع السابق، ص 46.

² جون سيرل، العقل واللغة والمجتمع: الفلسفة في العالم الواقعي، ترجمة سعيد الغانمي، ط1، منشورات الاختلاف، المركز الثقافي العربي، الدار العربية للعلوم، الجزائر-المغرب-لبنان، 1427هـ-2006م، ص 166.

³ المرجع نفسه، ص 167.

للأوراق، أو أن هذا الشيء مفك، أو كرسي، فإن تصور وظائف هذه الأدوات الصغيرة تحدد الاستخدامات الوظيفية التي أسندناها إلى هذه الأشياء وهي وظائف لم نكتشفها ولم تحدث حدوثاً طبيعياً، وإنما فرضتها علينا علاقتها بالاهتمامات العملية للذوات الفاعلة الواعية، وليس كل هذه الاهتمامات من نوع الاهتمامات العملية المادية، لأننا نسند وظائف كذلك عندما نقول (تلك لوحة قبيحة)، لأن هذه كلها شواهد تضرب مثلاً على استخدامات الأشياء، وما تصوّر لها وعي الناس من وظائف، وأسندها إليها، سوف أدعو تلك الوظائف **بالمسندة**، بعض الوظائف لم تفرض على الأشياء لخدمة أغراض عملية، وإنما نجدتها تحدث على نحو طبيعي، وتندرج تحت عمليات بوصفها جزء من تناول نظري للظواهر، كأن نقول: القلب يضخ الدماء، فبعض الوظائف موجودة في الطبيعة بمعزل عن الأهداف العملية للذوات الإنسانية الفاعلة نطلق عليها اسم الوظائف غير **المسندة**¹، فلا علاقة لهذه الوظائف بالأفعال الاجتماعية للأفراد فهم لا يساهمون في تشكيلها مطلقاً.

2- القصد العقلي الجماعي: (collective intentionality):

" لدى الإنسان القدرة على القصد العقلي والتوجه جماعياً نحو فهم الأشياء وتمثلها والتعبير عنها، لا أقصد فقط أنهم يتعاونون في التعايش، بل إنهم يتشاركون في حالات من القصد العقلي من مثل: المعتقدات، الرغبات والمقاصد، ففهم القصد العقلي الجماعي أمر أساسي لفهم الحقائق الاجتماعية"، أي أن الحقائق المؤسساتية مثلاً تستلزم لوقوعها قصداً جماعياً.

" فالعامل الحاسم في فهم القصد العقلي الجماعي هو الإحساس بالقيام بفعل مشترك، فهو شكل أولي من أشكال الحياة العقلية"².

3- القواعد التأسيسية:

الوقائع العارية أو الصريحة (**brute facts**) توجد بمعزل عن المؤسسة أما المؤسساتية (**institutional facts**) فهي لا توجد إلا داخل إطار المؤسسات الإنسانية، فالحقائق العارية

¹ جون. ر. سيرل، بناء الواقع الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 52.

² المرجع نفسه، ص 55-56.

تحتاج إلى مؤسسة اللغة، فمن أجل أن نتمكن من أن نقررها ونخبرها نحتاج إلى اللغة التي هي مؤسسة من هذه المؤسسات...، فلعبة الشطرنج مثلا ترتكز على مجموعة من القواعد، ولا يمكن للاعبها أن يتمكنوا من اللعب دون هذه القواعد، أي أن لعبة الشطرنج تأسست جزئيا وفقا لهذه القواعد، نفس الأمر هنا، الحقائق المرتبطة بالمؤسسة توجد فقط داخل أنظمة قواعد ترتبط بهذه المؤسسة¹.

4- أهمية اللغة في بناء الحقائق الاجتماعية:

الأهمية التي تتسم بها اللغة في عملية بناء المعاني جعلتها موضوعا للبحث في علاقتها ببناء الواقع الاجتماعي ليس لدى علماء اللغة فقط بل امتد البحث إلى مجالات علمية أخرى على غرار " علم الإنسان (Anthropology) الذي قام فرع كامل من فروع بتكريس أبحاثه حول محاولة الكشف عن كيف تُشكّل اللغات في مختلف الشعوب تجاربهم الذاتية عن البيئة المادية والبيئة الاجتماعية للإنسان، وكما نجد علم النفس أيضا اهتم باللغة من خلال محاولته فهم كيف يحصل الناس على المعاني، وكيف تؤثر في الذاكرة والسلوك الاجتماعي، وكذا علم الاجتماع ركز بدوره في دراسته حول اللغة بشكل كبير على كيفية ظهور المعاني والمعرفة في إطار التبادل أو التفاعل الاجتماعي المبني في الأساس على اللغة وكيف تُشكّل هذه العملية الحياة الشخصية والاجتماعية للفرد²، وفي نفس السياق نجد البحث العلمي لوسائل الإعلام قد اهتم بدراسة اللغة أيضا وهذا على اعتبار أن وسائل الاتصال الجماهيرية تعتمد كلية وأساسا على استخدام اللغة. فالطريقة التي يشارك فيها الناس بعضهم البعض في فهم المعاني أو الفشل في فهمها عن طريق استخدام اللغة تعتبر هامة جدا لفهم كيف يتم الاتصال بين الناس وما يترتب عن ذلك من نتائج للجماهير، فالدارس لوسائل الإعلام لابد أن يفهم طبيعة الكلمات، والرموز الأخرى وعادات استخدام اللغة، وطبيعة المعاني وأثار مشاركة المعاني على المفاهيم، والعلاقة بين المعرفة المبنية على اللغة وبين السلوك³ هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى؛ البحث في علوم الإعلام والاتصال كان

¹ جون سيرل، بناء الواقع الاجتماعي، المرجع السابق، ص 59.

² فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر المعاصر، دمشق، بيروت، 2002، ص 345.

³ المرجع نفسه، ص 323

منصبا أيضا على محاولة فهم هل المعلومات التي نراها على وسائل الإعلام تقودنا إلى تركيب معان مشتركة عن عالم الواقع ليس لها مثل فعلا في هذا العالم¹.

وما يمكن قوله هنا أن أهمية اللغة تكمن في أنها تسود الحياة الاجتماعية، فهي الوسيلة الأساسية لنقل المعرفة الثقافية، وكذا السبيل لمعرفة ما تحمله عقول الآخرين، حيث تشترك في معظم الظواهر الاجتماعية: تغيير المواقف والتصورات الاجتماعية، الهوية الشخصية، التفاعل الاجتماعي... وغير ذلك، فاللغة جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية، فهي حسب الباحثين اللسانيين " تبادل تواصلي يتموقع في خضم السياق الاجتماعي الذي يحدد الأشكال اللغوية التي يستعملها الأفراد"، فما يتصوره الأفراد وما يعرفونه وما يعتقدونه حول الآخرين سوف يؤثر من دون شك على أفعالهم الكلامية². وإن في اللغة أفقا واسعا للتعبير الحر، فالفاعلية التواصلية والتفاهم يتحققان في صلب اللغة مثلما أشار إلى ذلك هابرماس (Habermas) في حديثه عن التواصل الاجتماعي، فاللغة ليست مجرد وسيلة أو رسالة دلالية جامعة بين شخصين على أقل التقديرات العديدة، بل إنها أكثر من وسيلة، إنها كما يراها ساابير (Sapir)*، لا تقتصر وظيفتها على التوصيل، بل تتعدى ذلك إلى ترميز العالم الذي تمثله، فهي حينئذ " سلطة تصورية تمارس تأثيرها على متكلمي

¹ فريال مهنا، المرجع السابق، ص333.

² Robert .M, Krauss, Chi-yue-chiu, language and social behaviour, handbook of social psychology, 4ed, Boston, p2.

* يُعَبَّرُ إدوارد ساابير من العلماء الذين اهتموا كثيرا بمسألة اللغة وعملية بناء المعاني وسبل الاتفاق الاجتماعي حولها، حيث نجد من أبرز نتائج دراساته وأفكاره " أن لغة الجماعات لا تختلف فقط عن بعضها البعض، بل أن فهم الجماعة للعوامل الاجتماعية والمادية حولهم يختلف من جماعة إلى أخرى، فالناس والشعوب التي تستخدم لغات مختلفة كانت بالفعل تشعر بواقع مختلف، وقد كانت كلماتهم وكذا عاداتهم اللغوية والمعاني تشكل التركيبات المشتركة لمعنى الواقع وتعطي لكل جماعة دلائل ذاتية متميزة عن خصائص العالم الذي يعيشون فيه، وقد أعطى ساابير دائما قدرا هاما للغة في عملية بناء الواقع، حيث نجده يقول: "اللغة هي دليل للواقع الاجتماعي، واللغة تكيف كل تفكيرنا حول المشاكل والعمليات الاجتماعية، فالبشر لا يعيشون في عالم موضوعي فقط، ولكنهم يوجدون تحت رحمة اللغة الخاصة بهم، والتي أصبحت الوسيط للتعبير عن مجتمعهم، ومن الوهم تصور أن الإنسان يتكيف مع الواقع بدون استخدام اللغة، أو أن اللغة هي مجرد وسيلة عرضية لحل مشاكل معينة تتعلق بالاتصال والتفكير وحقبة الأمر هي أن "العالم الحقيقي" هو إلى حد كبير مبني على طريقة لا شعورية على أساس عادات الجماعة في استخدام اللغة، ولا توجد أبدا لغتان متشابهتان بدرجة تكفي لاعتبارهما يمثلان نفس الواقع الاجتماعي".
(للمزيد من التفاصيل أنظر: فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ص349).

تلك اللغة"، إنها أيضا الفضاء التي تتحدد فيه التوجهات الثقافية، الفكرية والإيديولوجية¹، فاللغة تمدنا بمعرفتنا حول العالم وحول أنفسنا: من نحن؟ ماذا نفكر؟ عن ماذا نتحدث؟ فإننا نجيب عن مثل هذه الأسئلة بخطابات متنوعة، وكما أن الفاعل هنا من خلال ممارسة اللغة يُعرفنا بالحقيقة الاجتماعية².

فمن خلال التفاعل الاجتماعي، وعلى وجه الخصوص، من خلال الحديث يمكن للناس أن يفهموا بعضهم البعض، وهذا ممكن فقط إذا افترضنا أن أعضاء الجماعة يتشاركون اجتماعيا في الإجراءات التفسيرية للأفعال الاجتماعية، ففي المحادثة (conversation) هناك فهم تواصلية للأفعال يصبح ظاهرا، ويتم عرضه عن طريق اللغة، فتحليل الحقيقة الاجتماعية لا يكون موضوعيا وإنما يستمد من تفسيرات الفاعلين أنفسهم والتي يتم نقلها باستعمال اللغة³.

فكل من برغر ولوكمان (Luckmann و Berger) أكدوا على أن اللغة من خلال المحادثات في الحياة اليومية هي العامل الحاسم في عرض، تعديل وإعادة بناء الحقيقة الذاتية، وهذه الحقيقة الذاتية تتألف من المفاهيم التي من الممكن أن تكون مشتركة مع الآخرين، وهذه المفاهيم لا نحتاج إلى إعادة تعريفها في كل مرة يتم استخدامها في المحادثة اليومية، حيث يصبح افتراض الحقيقة بشكل كبير على أساس أنها أمر مفروغ منه⁴. فالمعاني المشتركة يتم الرجوع إليها من خلال الأحداث اللغوية، وهذا يماثل الرجوع إلى النص في سياقه، حيث نفهم المعلومات المتواجدة فيه يستعين الفرد بتفسير ذاتي واجتماعي لتلك المعلومات مع إمكانية الاعتماد على التفسير الذاتي بشكل كبير في هذه الحالة حيث هناك إمكانية لأن يفرض القارئ المعنى الذاتي له على النص، فالبناء الاجتماعي هنا للحقيقة من الممكن أن يكون ذاتيا، كما نوه إلى هذا كل من شوتز وغارفينكل (Shutz & Garfinkel) اللذان أشارا أيضا إلى أن التفسير في التفاعل وجها

¹ سماح فرح عبد الفتاح، باقر النجار، حارث القرعاوي وآخرون، الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، تحرير وتقديم: عبد الإله بقريز، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي، لبنان، 2013، ص 67.

² فيليب جونز، النظريات الاجتماعية والممارسات البحثية، ترجمة محمد ياسر الخواجة، ط1، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 181.

³ Teun .A, Van Dick, discoure analysis, vol 3, Academec press, London, 1985, P2.

⁴ Ton Andrews, what is social construction, op cit, p 41.

لوجه هو دائما يستند على ذاتية مشتركة¹. فوسيلة الاتصال المتاحة هنا تؤثر على عملية التفسير وفعل البناء.

5- الفروض النظرية المفسرة لعلاقة وسائل الإعلام ببناء الحقائق الاجتماعية:

مع تعدد البحوث التي ناقشت دور وسائل الإعلام في بناء الحقائق الاجتماعية ومع تباين آرائها وتعدد المداخل التي دُرِس من خلالها هذا الدور، يمكن تحديد الفروض التي بموجبها نستطيع تفسير هذه العملية، وفقا لاتجاهات عديدة، حيث نجد هذه الفروض قد حُدِثت وفقا للمنظور التفاعلي الرمزي على النحو الآتي:

- 1- " تعاضم دور وسائل الإعلام، بحيث أصبحت تتسيد الأدوار، أو تتصدر الأدوار الخاصة بنشر المعلومات أو توزيع المعرفة.
- 2- لأسباب هادفة أو غير هادفة فإن عرض هذه المعلومات، المعارف، الحقائق، الصور والقيم، لا يتفق في حالات كثيرة مع الواقع الحقيقي، وينتج عن ذلك نشر صور زائفة، أو حقائق محرفة عن هذا الواقع.
- 3- نظرا لتعاضم دور وسائل الإعلام وسيادتها في مجال عرض الحقائق ونشرها فإن الأفراد في المجتمع يعتمدون عليها في رسم الصور الذهنية لهذه الحقائق المحرفة أو المتحيزة دون بذل جهد إضافي لمقارنة هذه الصور الذهنية مع الواقع الحقيقي.
- 4- مع تأثير التراكم، النشر والإذاعة وبمرور الوقت، فإن هذه الحقائق التي تنشرها وسائل الإعلام، تتحول إلى حقائق اجتماعية، يجتمع حولها الأفراد في المجتمع، ويتفقون على رموزها ومعانيها بتأثير التفاعل الرمزي.
- 5- من خلال أساليب التحليل الثقافي يمكن الاستدلال على هذه الحقائق المحرفة أو الصور الزائفة، لكنها تسهم وبمرور الزمن وبعد الاتفاق الاجتماعي حولها في عمليات التغيير في المجتمع، ويتأثر بها أفرادها في البناء الثقافي والاجتماعي. فالاعتماد على وسائل الإعلام وحدها في البناء الاجتماعي للحقائق وتشكيل الصور الذهنية عن العوالم المحيطة بالأفراد

¹ Shaila Mirand, Carol Saundersn, social construction of meaning : an alternative perspective information sharing, information system research, 9 (10), 2002, p2.

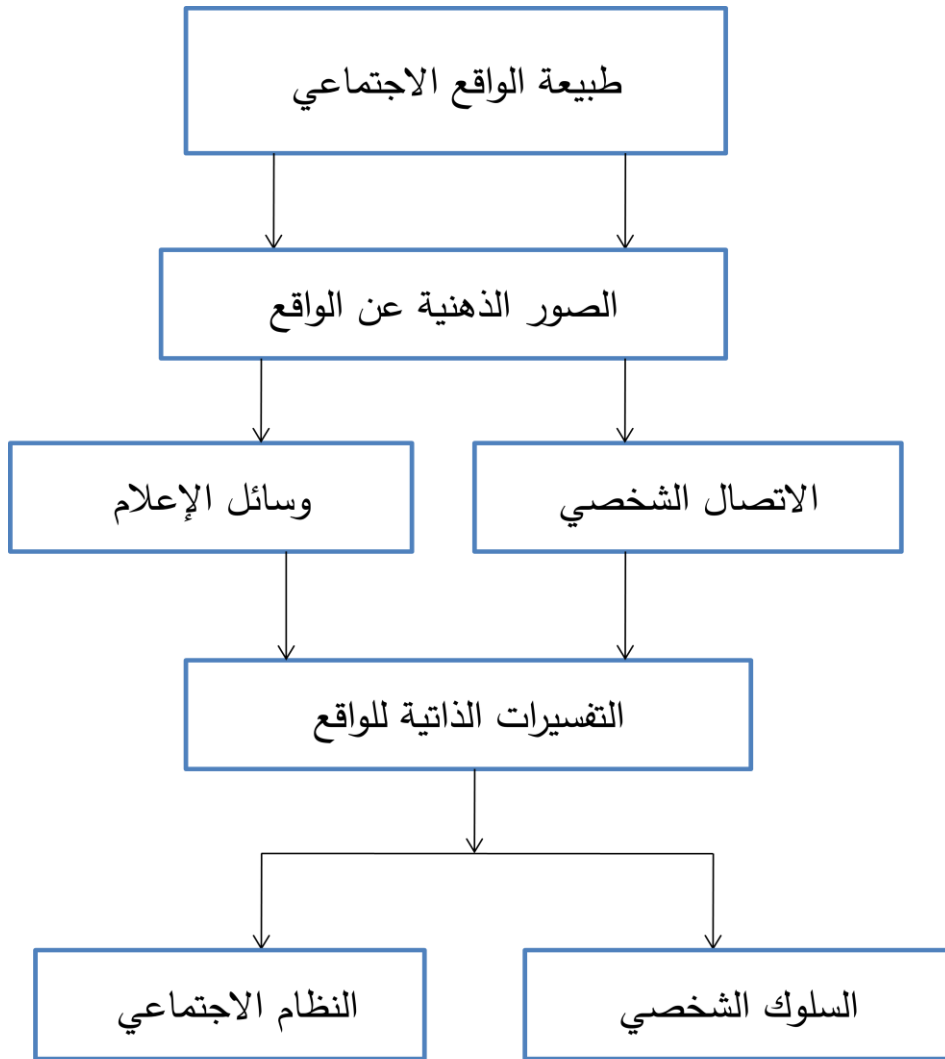
في المجتمع، يترتب عليه عدد من النتائج السلبية التي لا يستهان بها على المدى الطويل¹.

أما من منظور نظرية الدلالة اللغوية وبناء الواقع الاجتماعي؛ والتي كانت تركز على اللغة كعامل رئيس في عملية فهم المعاني وتشكيلها، وبالتالي بناء التصورات حول الواقع المعاش فنجدها تحدد هذه الافتراضات وفقا للنقاط التالية:

- 1- " هناك واقع نعيش فيه ويتضمن هذا الواقع العالم الموضوعي من الطبيعة وعالم آخر خارق للطبيعة، وهو ما لم يتفق حوله العلماء حتى الآن.
- 2- يُكوّن الأفراد صورا ذهنية مماثلة للواقع الاجتماعي سواء أكانت عن طريق الاتصال الشخصي أو وسائل الإعلام.
- 3- يفسر كل فرد الواقع الاجتماعي بطريقة ذاتية تتحكم فيها الخصائص النفسية والاجتماعية.
- 4- تحدد التفسيرات الذاتية السلوك الشخصي للفرد.
- 5- يتحكم النظام الاجتماعي في نماذج السلوك الشخصي من خلال القيم والمعايير الاجتماعية المطلوبة وغير المطلوبة.

ويمكن توضيح هذه الافتراضات من خلال الشكل الآتي:

¹ بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع: دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، ط1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1428هـ-2007، ص38-39.



شكل رقم (4): العلاقة بين الواقع الاجتماعي والمعرفة والسلوك والنظام الاجتماعي¹

ونجد في نفس السياق نظرية التوقعات الاجتماعية (social expectations) التي تقيم علاقة ترابطية بين بناء التوقعات الاجتماعية والأدوار المنوطة لوسائل الإعلام في تحقيق ذلك وفي تقديم التفسيرات حول البيئة الاجتماعية للناس، وهي تحدد لنا هذه العلاقة من خلال الافتراضات التالية:

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 147. (بتصرف يسير).

- 1- " إن نماذج التنظيم الاجتماعي التي تظهر على شكل معايير، أدوار ورتب وعقوبات أو مكافآت تتعلق بجماعات معينة، ويتم غالبا تصويرها في المضمون الإعلامي.
 - 2- قد يكون هذا التصوير الإعلامي لنماذج التنظيم الاجتماعي حقيقيا أو مشوها وجديرا بالثقة أو مضللا.
 - 3- مهما كانت علاقة هذه الصور بالحقيقة والواقع فإن جماهير المستقبلين يستوعبون هذه التحديدات، وتصبح هذه الصور هي مجموعة التوقعات الاجتماعية التي تعلموها كنماذج للسلوك.
 - 4- تعتبر هذه التوقعات جزءا مهما من فهم الناس المسبق للسلوك المطلوب أن يتبعه المشاركون في الجماعات التي سوف يصبحون أعضاء فيها.
 - 5- تعتبر هذه النماذج الإعلامية جزءا مهما من معلومات الجماهير عن النظام الاجتماعي السائد.
 - 6- تفيد التوقعات الاجتماعية الأفراد في تحديد كيف يتصرفون شخصا اتجاه الآخرين الذين يلعبون أدوارا في جماعات معينة وكيف يتصرف الآخرون اتجاههم في مختلف الظروف الاجتماعية¹.
- هذه النظرية تركز بشكل كبير على عملية توجيه السلوك وتشكيله وفقا للمواقف التي نتعلمها من خلال وسائل الإعلام، هذه الأخيرة التي تعرض لنا تجارب مختلفة عن الحياة اليومية، وبهذا هي تركز على مبدئين هامين ألا وهما:

- 1- " أن وسائل الإعلام تقوم بنقل المعلومات المتعلقة بقواعد السلوك الاجتماعي التي يتذكرها عضو الجماعة.
- 2- تؤثر هذه العملية بشكل واضح في السلوك العلني لأفراد الجماعة².

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، المرجع السابق، ص 161-162.

² المرجع نفسه، نفس الصفحات.

6- الدراسات البحثية حول دور وسائل الإعلام في بناء الحقائق الاجتماعية:

تعتبر الدراسات الإعلامية والاتصالية من بين المجالات البحثية الهامة التي حاولت تبيان العلاقة بين وسائل الإعلام وما يحمله الناس في أذهانهم من تصورات ذهنية وحقائق اجتماعية فبظهور وسائل الإعلام انتقل الحديث عن البناء الاجتماعي للحقيقة من الاتصال الشخصي إلى الاتصال الجماهيري، وهذا على إثر إدماج هذه الوسائل الإعلامية في الحياة اليومية للناس، وتزايد أهميتها وتأثيراتها بالنسبة إليهم يوماً بعد يوم، حيث تطورت هذه الدراسات والأبحاث موازاة مع تطور وسائل الاتصال الجماهيري في حد ذاتها، فقد انطلقت هذه البحوث من الصحافة ووصولاً إلى الإنترنت في الوقت الحالي.

1.6. البدايات الأولى للأبحاث:

برزت العديد من البحوث والدراسات ذات التوجهات النظرية المختلفة والتي عملت على دراسة دور وسائل الإعلام في بناء المعاني؛ ولعل "البدايات الأولى حول هذا الموضوع كانت من خلال كتاب ولتر ليبمان (Walter Lippmann) الرأي العام سنة 1922، والذي أشار فيه إلى الدور الذي تقوم به الصحافة في التأثير على الرأي العام برسم صورة زائفة بعيدة عن الواقع الحقيقي للأفراد، وتأثير هذه الصور في أنماط سلوكهم المختلفة، حيث كان يرى أن التفسيرات التي تقدمها الصحف عن الوقائع والأحداث تؤثر كثيراً في تفسيرات الناس لهذه الوقائع وبالتالي في سلوكهم.

وبعد ذلك توالت البحوث والدراسات التي تبحث في هذا الإطار العام وإن اتخذت مداخل مختلفة للبحث في تأثيرات وسائل الإعلام، من خلال نظريات مسماة تنتهي كلها إلى نتيجة واحدة هي الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في البناء الاجتماعي للحقائق، وهذا الدور أصبح محل نقاش في العديد من الكتابات كالتساؤل مثلاً: هل يحدث التباين بين الواقع والصورة التي ترسمها وسائل الإعلام بتأثير تقنيات العمل وضغوطه أو يحدث بتأثير ضغوط خارجية أو داخلية تحدد سياسات النشر والإذاعة؟ وكذا من هم المستفيدون من وجود هذا التباين بين الواقع والصور التي ترسمها وسائل الإعلام¹، فالبحث هنا مثلما كان يركز على استكشاف طبيعة الحقائق التي يتم

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 320.

بناؤها ونشرها إعلامياً، ومدى مطابقتها للوقائع الحقيقية أو اختلافها عنها، مثلما كان أيضاً يركز على محاولة الكشف عن الخلفيات التي تقف وراء بناء هذه الحقائق والتي تؤطرها لأهداف ما.

"فجى تتشمان" مثلاً من خلال اهتمامها بالأدوار والأعمال التي تتم في غرفة الأخبار في وسائل الإعلام ومقابقتها مع عدد من المندوبين خلال عشر سنوات، رأت أنه من خلال الممارسات المهنية والروتينية، فإن الأخبار تدعم الشرعية للوضع القائم، ووفقاً لهذا في كتابها "صياغة الأخبار أشارت إلى أن" الأخبار هي البناء الاجتماعي للحقيقة"¹.

ومن الدراسات الأولى في هذا المجال نجد الأعمال والبحوث التي قدمها **جيربнер (Gerbner)** في ما يعرف بـ"بحوث الإنماء (أو الغرس) الثقافي في الستينيات، كما نجد من بين الدراسات التي كانت تهتم بموضوع التعلم عن الشؤون العامة في المجتمع من خلال وسائل الإعلام وكذا بناء التصورات والآراء بفعل تأثير ما تعرضه هذه الوسائل دراسة أقيمت سنة 1976 حول وسائل الإعلام والتشدد ضد السود، وكذا دراسة قام بها كل من: **آل وزملاؤه (Tichnor, Al Donohue)** وآخرون حول أنماط استخدام وسائل الإعلام والرأي العام، ونجد أيضاً **نويل نيومان (Neumann Noell)** في 1974 التي اهتمت بدراسة دور وسائل الإعلام في تنمية وتوجيه الرأي العام².

ومن البحوث المهمة أيضاً نجد نظرية الأجندة (agenda setting) والتي كانت فكرتها الأساسية تتمحور حول "العلاقة الوثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية (والتي تتضمن الصحف، الإذاعة التلفزيون) الموضوعات في أثناء الحملات الانتخابية وبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها هؤلاء الذين يتابعون الأخبار، وهذه النظرية اهتمت أيضاً بتركيب المعنى، حيث تركز بالذات على الأخبار السياسية، كما أنها تركز على طراز واحد من المعاني الداخلية أو مجموعة المعتقدات التي تنتج عن تصوير وسائل الإعلام لها، وكما أنها موضوع

¹ محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص321.

² Josephine. R.Halz, Charles R. Wright, sociology of mass communication, annual review of sociology, Amenberg school of communication, Philadelphia-pennsylvania, 1979, p 208.

للتكوين الاجتماعي الذي تتعلق بالواقع كما تصوره وسائل الإعلام وتطور المعاني الذاتية وتأثيرها على السلوك.

فعلى إثر الدراسات التي قام بها كل من ماكسويل إي، ماكوميز، ودونالد إل (Maxwell & Macomiz & Donald) في أواخر الستينيات والسبعينيات اكتشفوا أن هناك توافقا كبيرا بين كمية الانتباه لموضوع معين في الصحافة ومستوى الأهمية التي يوليها الناس لهذا الموضوع في مجتمعهم بعد أن تعرضوا لوسائل الإعلام، ولا يعني هذا أن الصحافة قد نجحت في استمالة الجماهير لتغيير رأيها وتبني أية وجهة نظر معينة، ولكنها نجحت في إقناع الناس بأن يعتبروا بعض الموضوعات أكثر أهمية من موضوعات أخرى، وهكذا أصبح "جدول أعمال الصحافة" (أو ترتيب أهمية الأخبار والموضوعات عندها) هو نفس "جدول أعمال الجمهور"، وبهذا المعنى نستطيع أن نقول أن هناك توافقا وثيقا بين العالم الخارجي وبين الصور الموجودة في رؤوس الذين أجريت عليهم الدراسة¹.

وكما نجد كل من مورديخ وإليوت وهالورن (Halloran, Elliott, Murdock) بحثوا في المعلومات المستمدة من خلال وسائل الإعلام حول الأقليات وتشكيل مفاهيم البيض حول الوضع العنصري في بريطانيا في 1970، حيث نجد مورديخ (Murdock) يؤكد على أن وسائل الإعلام تعتبر بمثابة مصدر لنظم المعاني التي يستخدمها الناس في تأطير أفكارهم وحساباتهم حول الملامح العامة للبنية الاجتماعية.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية قام وارن (Warren) في 1972، بتحليل العلاقة بين تصورات السكان حول الحوادث العنصرية في ديترويت والتصورات المبنية على إثر وسائل الإعلام آنذاك². ما نلاحظه هنا أن مختلف الدراسات كانت تهتم بموضوع الأقليات والتمييز العنصري وعملية تشكيل آراء الناس وأفكارهم حول هذا الموضوع بشكل لافت، كما أن أغلبها كان يربط بين مضامين وسائل الإعلام في علاقتها بالرأي العام.

¹ فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، مرجع سبق ذكره، ص 365-366.

² Josephine. R.Halz, Charles R. Wright, po.cit, p 209.

2.6. البحوث المتعلقة بالتلفزيون:

حظي التلفزيون كوسيلة إعلامية بدراسات عديدة وهامة حول مسألة بناء الحقائق الاجتماعية وهذا على اعتباره بأنه أصبح جزءا لا يتجزأ من حياتنا الاجتماعية، حيث أصبح يُنظر إليه كشيء اعتيادي في تدفق الأحداث اليومية في مختلف المجتمعات وبالتالي أصبحت الألفة والاعتيادية (familiarity and ordinariness) سمتان ملازمتان لهذه الوسيلة التي كانت تعتبر في الماضي جزءا من حياة الناس الذين هم في مرحلة متقدمة من العمر، لكن في ما بعد: الأطفال، المراهقين، الشباب أصبحوا يكبرون مع التلفزيون كأمر طبيعي¹ (نظرا للوقت الكبير المستغرق في المشاهدة) "ويأخذون منه عالم حياتهم اليومية كأمر مسلم به"² على إثر ما يتم عرضه من "القصص التي تروى، الأخبار والإعلانات التجارية والدراما، والبرامج الأخرى التي تجلب نسبيا نظاما متماسكا من الصور والرسائل إلى كل بيت.

هذا النظام الذي أصبح يضطلع بمهمة التثقيف بداية من مرحلة الطفولة فهو ينمي الميولات والتفضيلات، ويكسب المعارف التي كانت تُستمد من الجماعات الأولية؛ فالتلفزيون فرض نفسه كمصدر رئيسي مشترك وشريك في عملية التنشئة الاجتماعية خاصة على صعيد اكتساب المعرفة حول الحياة اليومية، وهو يقدم الطقوس اليومية التي تشترك فيها العديد من الجماهير، إنه العالم المتاح الذي يبني لنا خبراتنا، كما أن وظيفته الاجتماعية تتحقق من خلال التكرار المستمر لأنماط العيش، الإيديولوجيات والحقائق، مما يجعلنا نتعرف على العالم، ومما يضفي الشرعية على النظام الاجتماعي الموجود، هذا على الرغم من أن التلفزيون مقارنة مع وسائل إعلامية أخرى، يقدم اختيارات محدودة نسبيا لمجموعة غير محدودة ومتنوعة من اهتمامات الجمهور³.

¹ Michael Charlton, Ben Bachmair, media communication in everyday life : interpretative studies on children and young people's media actions, K-G/Saur, New york,-London- Paris, 1990, p51.

² Ibid, loc.cit.

³ George Gerbner, cultivation analysis : an overview, mass communication and society, (3) 4, 1998, p 177-178.

كل ما سبق يقود إلى فكرة واحدة مفادها: دور التلفزيون في تأطير الحقائق الاجتماعية لدى الجماهير، وهذا ما لاحظته الباحثون منذ بداية ظهور هذه الوسيلة؛ حيث توالت الدراسات التي أصبحت تهتم بما يتلقاه ويفسره الجمهور على إثر التعرض، خاصة بعد ظهور نظرية الاشباع والدرجات، وكذا مختلف دراسات التلقي الأخرى التي أعطت الأولوية لدراسات الجمهور أكثر من الوسيلة في حد ذاتها.

" إن الكيفية التي يؤثر بها التلفزيون على إدراكنا للواقع الاجتماعي تستعيد نظرية التعلم الاجتماعي التي تتجاوز مجرد تفسير الكيفية التي نحصل بها على الأخبار ورؤية العالم، إن بناء الواقع إنما يعني أيضا دراسة كيف يمكن تعميم هذا التعلم على أوضاع أخرى¹، ونستطيع بفضل هذا التعميم أن ننشر ما نتعلمه من برنامج تلفزيوني معين في وسطنا الاجتماعي، ويمكن تفسير آثار التثقيف التلفزيوني بفضل نظرية التعلم الاجتماعي؛ لأن المنهجية المستخدمة تركز على تحليل مضمون وسائل الإعلام بغرض تحديد الموضوعات والأشخاص والعلاقة المهيمنة، ونلاحظ انطلاقا من هذا التحليل ما إذا كانت المضامين التي يهتم بها الجمهور تؤثر على رؤيته للواقع الاجتماعي، وقد برز نظام تحليل مضمون وسائل الإعلام بصفة خاصة في أعمال جيربندر (Gerbner) من خلال التحليل الثقافي (Cultivation analysis)، وعلى الأخص في كتابه "المؤشرات الثقافية" سنة 1969، حيث تم تطبيقه على دراسة العنف* وجمهور الأطفال والنساء وكذلك على موضوع الأقليات الإثنية²، فمن خلال الدراسات التي أجراها الباحث مع عديد

¹ لورينزو فيلشس، التلفزيون في الحياة اليومية، ترجمة: وجيه سمعان عبد المسيح، د.ط، المجلس الأعلى للثقافة، د. ب، 2000، ص 119.

* Gerbner كان يرى أن المسألة المحورية لا تتمثل في معرفة ما إذا كان المشاهدين الذين يرون البرامج العنيفة يتحولون هم أنفسهم إلى ممارسة العنف، وإنما إلى دراسة المفهوم الذي يكونه هؤلاء المشاهدين عن الواقع الاجتماعي من حيث إحساسهم بالخوف من الجرائم، ومن أنه من الممكن أن يصبحوا ضحايا، وتم نقد الاستنتاجات التي توصل إليها هذا الباحث من قبل كل من Dob وDonald Mac في 1979 على اعتبار أن التعرض للتلفزيون ليس هو العامل المؤثر فقط، وإنما هناك عوامل أخرى تدعم الصورة المتشكلة لدى الجمهور خاصة من حيث الجيرة ونمط الوسط الذي يعيش في الأفراد... لمزيد من المعلومات أنظر: لورينزو فيلشس، التلفزيون في الحياة اليومية، ص 120-121.

² لورينزو فيلشس، المرجع نفسه، ص 120.

المشاهدين في كبرى المدن الأمريكية؛ توصل إلى أن التعرض للتلفزيون يؤثر على تصور الواقع الاجتماعي¹، وعلى عملية تبني المعتقدات.

ومن الدراسات الأولى أيضا والجديرة بالذكر نجد دراسة **Teichert** في 1972-1973 التي عنونت بـ "Television as social action" التي قامت باستقصاء الحقائق عبر التلفزيون حيث توصل الباحث إلى أن ما يعرض في هذه الوسيلة هو مواد واقعية حقيقية يستخدمها المتلقي بطريقة ذاتية كوسيلة للتعامل مع الواقع، ولإيجاد هويته الشخصية، غير أن المقاربات المنهجية التي كانت متاحة في ذلك الوقت كانت قاصرة، ومحدودة مفاهيميا، مما أدى إلى فشل هذا الباحث في استنباط الحقائق الاجتماعية من الجماهير بالشكل الذي كان يطمح إليه.

وهناك دراسة أخرى جاءت تحت عنوان: "reception as normal and ordinary television and television" والتي أجريت في سنة 1974، وقد انطلقت من افتراض أن كل المنازل لديها تلفزيون بالمقارنة مع سنة 1964، (50%) يملكون هذه الوسيلة، حيث تم التركيز على عامل الوقت الذي يقضيه الأفراد في المشاهدة يوميا لمدة 10 سنوات، بالمقارنة مع الراديو والصحف والنتائج كانت: أكثر من ساعتين حتى 4 ساعات يوميا للتلفزيون، ساعة على الأكثر للراديو ونصف ساعة يوميا للصحف، كما خلصت النتائج إلى أن التلفزيون أصبح يمثل التجربة والخبرة العادية في الحياة اليومية للأفراد².

الباحثون في هذه الدراسات أقروا أن المعلومات التي يقدمها المبحوثون للإجابة عن الأسئلة المقدمة لهم هي التي تعطيهم تمثلاتهم عن الحياة اليومية، ومقارنة هذه التمثلات بما يعرضه التلفزيون تكشف لنا انعكاس ما يعرضه التلفزيون على حياة الناس.

¹ لورينزو فيلشس، المرجع السابق، ص 121.

² Michael Charlton, Ben Bachmair, media communication in everyday life, op cit, p 45-46.

ومن البحوث المتعلقة بالموضوع أيضا نجد تلك الدراسات التي كانت تربط العلاقة بين العنف والتعرض للتلفزيون 1984 مع دومينيك (Dominick)، والجنس مع ماجي (Mcgee) وحول التدخين مع فرويش وشيفيلي (schefele & Freuch) سنة 1980¹.

ومن البحوث الهامة التي حاولت استكشاف الحقائق الاجتماعية من خلال التلفزيون في إطار الدراسات الثقافية، والتي اعتمد فيها على منهجية التحليل الثقافي لمعرفة احتمالية غرس المفاهيم والصور عن واقع الحياة اليومية على إثر التعرض للبرامج والمضامين التلفزيونية " نجد ما أجري في سنة 1987 في الولايات المتحدة الأمريكية حول شبكة الدراما التلفزيونية الأمريكية، فالباحثون هنا قاموا بطرح مجموعة من الأسئلة على المبحوثين تتعلق ببناء الواقع الاجتماعي، مع أوقات تعرض متفاوتة من قبل المشاهدين، والغرض هنا كان محاولة معرفة عما إذا كان أولئك الذين يقضون وقتا أكبر في المشاهدة هم من يبنون الحقائق على إثر التعرض بصفة أكبر من قلبي المشاهدة أو أن الأمر لا يختلف بينهما"². (كان هناك تمييز بين المشاهد العادي والمشاهد المدمن مع أخذ نفس السمات الديمغرافية للمبحوثين)؛ حيث يشير كالفرت (Calvert) من خلال الدراسات التي قام بها إلى أن المدمنين على التلفزيون هم من يقعون تحت تأثير حقيقي للحقيقة التلفزيونية كما أن العالم الرمزي يُصور من خلال التلفزيون لكن من الممكن إلى حد كبير أن لا يتفق مع الواقع الحقيقي لعالم الحياة اليومية.

ونجد أيضا في نفس السياق دراسة كل من سميث، فوريس وجرينبوري (Greenbery, Ferris, Smith) سنة 2007 الذين قاموا بإجراء تحليل محتوى لحقيقة الحياة اليومية من خلال التلفزيون، ووجدوا أن هناك علاقة وثيقة بين تصورات الجمهور وما يعرض من مضامين تلفزيونية حيث اعتمد هؤلاء الباحثين على نظرية الإدراك المعرفي لتفسير العلاقة بين المشاهدة والمواقف المشككة³.

¹ Michael.A, Dreek Lackaff, Devan Rosen, the relationship between traditional mass media and social media :reality television as a model for social network site behaviour, journal of broadcasting and electronic media, broadcast education association, 54 (3), p 510.

² George Gerbner, cultivation analysis , op cit, p179.

³ Michael.A, Dreek Lackaff,, op cit, p 510.

ما يمكن قوله هنا هو أن استخدام مفهوم التثقيف من قبل هذه المدرسة كان يشير إلى "المساهمة التلفزيونية في تشكيل المفاهيم حول الواقع أي من حيث تأثير التلفزيون على البيئة الرمزية، المواقف، السلوكيات وتصورات الجمهور"¹.

7-3- البحوث المتعلقة بالإنترنت:

مع بروز الإنترنت كوسيلة هامة في حياتنا ليس فقط على الصعيد المعلوماتي والمعرفي أو الترفيهي، ولكن حتى على صعيد اتصالاتنا وتفاعلاتنا الاجتماعية مع الآخرين، هذه الوسيلة التي استطاعت أن تخطف بريق التلفزيون وبقية الوسائل التقليدية الأخرى نتيجة لتمييزها بالاحتواء الشامل لمختلف تلك الوسائل ولامتلاكها خصائص فريدة أصبحت تسعى الوسائل الإعلامية الأخرى للاستفادة منها وتوظيفها حتى تحافظ على وجودها في ظل الانتشار السريع واللامتناهي للإنترنت في كل أنحاء العالم، هذه الخاصيات التي نجد على رأسها الوسائط المتعددة، التفاعلية، التزامنية والمنبر المفتوح لنشر واستقاء المعلومات بطريقة كانت تُؤطرُ بجملة من القيود في عقود مضت.

ما يمكن قوله هو أن البحوث الأولى للإنترنت كانت تهتم بأنماط استخدامات الوسيلة في حد ذاتها وتأثيراتها على الجانب السلوكي، الاجتماعي، النفسي، الثقافي والتربوي... فهذه "البحوث كانت مرحلة استكشاف، تنقيب، وتأمل"²، لكن تطورت هذه الدراسات فيما بعد لتنتقل إلى مستوى آخر من التفكير، تحديدا مع ظهور web 0.2 وعلى وجه الخصوص المجتمعات الافتراضية وتأثيرها على حقيقة الحياة اليومية لدى المستخدمين، وظهر مفاهيم جديد وعلى رأسها "الحقيقة الافتراضية" وإمكانية أن تشكل هذه المجتمعات خطرا على الحياة الحقيقية للأفراد والتساؤل حول عواقب دمج الإنترنت في الحياة اليومية والتساؤل حول طبيعة حقيقة الحياة اليومية المعروضة في البيئة الإلكترونية، التفاعل الاجتماعي، وسبل بناء المعاني المشتركة، التصورات والحقائق الاجتماعية في إطار هذا النمط الاتصالي الجديد هو ما دفع الباحثين إلى القيام بدراسات هامة في هذا المجال³.

¹ Ibis, p 180.

² Heike Monica, is there a home in cyberspace ? the interim migran's everyday life and the emergence of global communities, 1 ed, Routledge, New York-London, 2012, p 41.

³ Ibid, p 40.

- من أبرز البحوث في هذا المجال نجد دراسة كل من **المان وهامبتون (Wellman)** حول الحياة اليومية عبر الإنترنت والتي قاما بها في Toronto والتي أقيمت في مدينة Netville حيث توصلا إلى أن الأشخاص المندمجين والمنتمين إلى المجتمعات الحقيقية هم الأكثر ميلا للتفاعل الافتراضي عبر الإنترنت، وأن المجتمعات الافتراضية تعزز وجود المجتمعات الواقعية¹.
- دراسة **إليزابيث رونارد (Elizabeth Renard)** بعنوان: "الاتصال والمجتمع في منطديات المحادثة الإلكترونية" وهي من الدراسات القديمة جدا في هذا المجال، وهي عبارة عن رسالة ماجستير نوقشت في جامعة Melbourne بأستراليا، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن شيوع استخدام الدردشة الإلكترونية يكمن وراء إمكانية إخفاء الهوية (anonymity) وانعدام الرقابة الاجتماعية، وبالتالي فإن المستعملين لهم الحرية التامة في التعبير ومناقشة المواضيع فالمجتمعات الافتراضية وفقا لهذه الدراسة أدت إلى إنشاء لغة خاصة بها تتكون من إشارات ورموز بالإضافة إلى تشكيل معايير وقواعد خاصة بهذه المجتمعات².
- دراسة **هورمان (Horman)** بعنوان: "دراسة استكشافية للتفاعل الاجتماعي الذي يحدث عبر الإنترنت" سنة 2005، توصلت هذه الدراسة إلى أن التفاعل يؤدي إلى درجة كبيرة من التأثير المتبادل، حيث يرتبط المتفاعلون ببعضهم البعض بشكل يؤدي إلى تغيير عدة جوانب في حياتهم، وبالتالي بينت الدراسة أن التفاعلات الافتراضية تحدث نفس الأثر على حياة الأفراد بنفس الشكل الذي تقوم به التفاعلات المباشرة وجها لوجه.
- دراسة **سيندورا بعنوان: "المراهقات ومنتديات المحادثة الإلكترونية"**: سنة 2007 وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الكثير من المراهقات يقمن بلعب الأدوار وتغيير شخصياتهن من خلال تقديم البيانات الخاطئة، بما يختلف عن حقيقتهن في الحياة اليومية، بهدف التعرف على نظرة الآخرين لهن³.

¹ Jan Servaes, Nico Carpentier, towards a sustainable information society, Holly spradling, Uk-USA, 2006, p 177.

² إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، مرجع سبق ذكره، ص 92.

³ المرجع نفسه، ص 93.

إلى جانب العديد من الدراسات الأخرى التي يعيقها التطور السريع للوسيلة بحيث لا يترك الوقت والمجال الكافي الذي ينبغي أن يمنح لها، فهي على العموم تعتبر قليلة مقارنة بدراسة هذا الموضوع في الوسائل الأخرى.

ولا تختلف طبيعة الأبحاث العلمية حول الإنترنت في الوطن العربي عن ما تميزت به الأبحاث الأولى المتعلقة بهذه الوسيلة في الولايات المتحدة الأمريكية وفي أوروبا من حيث الأبعاد التي كانت تركز عليها في بداياتها، فالأبحاث العربية بدورها ركزت على دراسة استخدامات الإنترنت وتأثيراتها المختلفة على الجانب التعليمي، السياسي والاقتصادي، والاجتماعي... غير أن هذه الأبحاث تقل إذا بحثنا في خضمها عن التمثلات الاجتماعية المتشكلة على إثر التفاعل وحول طبيعة تموقع الفرد بين العالمين الحقيقي والافتراضي، رغم زيادة الاهتمام بها في السنوات الأخيرة.

7- وسائل الإعلام: " بناء للحقائق أم للوهم"؟:

تقوم وسائل الإعلام بدور الوسيط بين الواقع الاجتماعي الموضوعي وبين التجربة الشخصية فوسائل الإعلام الجماهيرية تقع بين المستقبلين وبين ذلك الجزء من الخبرة المحتملة التي تقع خارج نطاق إدراكنا المباشر، وهي كذلك تقع بين الجمهور وبين مؤسسات أخرى لهذا الجمهور علاقة بها، وهي كذلك تزودنا بالمواد اللازمة لتشكيل إدراكنا عن الجماعات الأخرى والمنظمات والأحداث¹، فهي تعتبر إذن بمثابة قناة لتشكيل الوعي الاجتماعي للجمهور، هذا الأخير الذي من المحتمل أن يتم توجيه إدراكه نحو الأشياء وفقا لما يُعْرَضُ في هذه الوسائل، حيث بإمكان هذه الأخيرة أن تجعلنا نركز اهتمامنا على مواضيع معينة دون غيرها من المواضيع الأخرى، كما من الممكن أن تُحدِثَ تفاوتاً بين حقيقة الواقع الاجتماعي، وبين نظرة الجمهور لهذا الواقع على إثر التصورات التي تحاول هذه الوسائل غرسها في أذهان الناس، فمن الممكن وفقاً لهذا، أن تتغير نظرة الأفراد لمحيطهم الاجتماعي، والتأثير يكون هنا على مستوى الأفكار ومن ثم من الممكن أن يتم على مستوى السلوك.

¹ سهام حسن علي الشجيري، أنسنة الإعلام: جدلية التأثير والتغيير، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة-الجزائر، 2015، ص 378.

فوسائل الإعلام هي جزء من حياتنا اليومية، بحيث تقوم ببث المعلومات وتكرارها وتحديثها باستمرار، وبالتالي لا مفر لنا من المعلومات التي تقدمها، وهذا يتزامن مع إمكانية خلق الوهم من خلال هذه الوسائل بدل خلق صورة للواقع. والخطورة تكمن هنا من حيث أن الإنسان لم يعد بوسعه التفكير من دون وسائل الإعلام، هذه الأخيرة التي لا تؤثر فقط على حياة الفرد بل على المجتمع بأكمله¹؛ وهذا ما يجعلنا نتساءل: هل وسائل الإعلام تعكس الواقع أم تصنعه؟

يؤكد العديد من الباحثين "أننا ندرك إلى حد ما أن تصوراتنا لواقع عايشناه وخبرناه تختلف عن تصوراتنا لواقع اعتمدنا فيه على وسائل، ومهما كانت مصداقية هذه الوسائل وقدرتها على وصف الواقع، فإن ذلك لا يؤدي إلا إلى اختلاف في تصوراتنا عن هذا الواقع، فالأهمية الحقيقية للخبر مثلا لا تكمن في كونه قادرا على تغيير الآراء والسلوك فحسب، ولكن الخبر مثل بقية محتويات وسائل الإعلام يؤثر في تصوراتنا الاجتماعية عن هذا الواقع"²، فالكثير من الباحثين يميلون إلى الجزم بأن ما تعرضه وسائل الإعلام لا يعكس ما هو موجود في الواقع الفعلي للناس حيث أنها تضطلع بمهمة توليد الحقائق وتصويرها لمصلحة نظام ما والبناء هنا هو عبارة عن إستراتيجية واعية، فعلى سبيل المثال: تحويل كل شيء إلى خيال، تجارة وترفيه ليس أمرا اعتباطيا فالعديد مما نتلقاه في وسائل الاتصال الجماهيري يتم إعادة بنائه وفقا لأهداف مسطرة³، حيث لا يحدث هذا الأمر من دون أهداف مخطط لها مسبقا.

والقول هنا بتباين الحقائق التي تعرضها وسائل الإعلام مقارنة مع الواقع الفعلي كان قد ظهر منذ البدايات الأولى لدراسة علاقة وسائل الإعلام ببناء المعاني والحقائق للجمهور المتلقي، تحديدا مع "ليبمان (Lippmann) الذي كان قد استنتج أن الناس يتصرفون ليس على أساس ما يحدث أو ما قد وقع فعلا ولكن على أساس ما يعتقدون بأنه الموقف الحقيقي، وهذا الموقف حصلوا عليه من الصور التي قدمتها لهم الصحافة، وهي معان وتفسيرات ليس لها في الغالب سوى نصيب

¹ Vanja Nisic, Divna Plavsic, the role of media in the construction of social reality, sociological discoure, N 7, april 2014, p 73.

² سهام حسن علي الشجيري، أنسنة الإعلام، المرجع السابق، نفس الصفحة.

³ Stefen Weber, media and the construction of reality, was heißt medien konstruieren wirklichkeit , von einen ontologischen zue einen empirischen verständnis von konstruktion,medieniimpulse, Helf, Nr 40 , juni 2002, http://www.mediamanual.at/en/pdf/Weber_etrans.pdf

محدود مما حدث فعلا، وهذا من الممكن أن يؤدي إلى تصرفات غير لائقة وسلوك لا علاقة له بما يجري في العالم خارجنا، وكان قد ضرب ليبمان (Lippmann) العديدة من الأمثلة عن هذا الأمر في ذلك الوقت، على غرار ما حدث في أوروبا عام 1914 وقبل نشوب الحرب العالمية الأولى مباشرة، حيث كان هناك كثيرون لم يسمعو بنشوب الحرب طوال عدة أيام، فقد كانت الأخبار تنتقل بطرق أكثر ببطءًا في ذلك الوقت، وفي جميع أنحاء العالم، حيث استمر الناس في إنتاج بضائع لن يُتَّاحَ لهم تصديرها على المراكب، وشراء بضائع من الخارج لن يُتَّاحَ لهم بالمرّة استيرادها، كما أنهم استمروا في التخطيط لمستقبلهم أو التفكير في مشروعات لن يُمكنَ تحقيقها إطلاقًا، وهكذا فإنهم كانوا يعيشون في عالم سوف تتغير صورته بطريقة جذرية حالما تصل أخبار الحرب إليهم؛ والنقطة الكبرى التي كان يسعى ليبمان (Lippmann) لإيضاحها هنا هي أن طريقة تصوير الصحافة للعالم آنذاك كانت تعتبر زائفة غالبًا لأنها كانت مضللة جدًا، وتخلق صورًا مشوهة وأحيانًا صورًا زائفة تمامًا في رؤوس الناس عن "العالم الخارجي"، وعلى سبيل المثال عندما ذكرت الصحف في 6 نوفمبر 1918 نبأ الاتفاق على الهدنة كان ذلك خبرًا زائفًا لأن الهدنة لم تتحقق إلا بعد خمسة أيام، حيث كان الناس يحتفلون ويبتهجون بسبب صور زائفة عن الواقع وفي نفس الوقت كانت ألوف من الشباب يلقون حتفهم في ميدان المعارك¹.

"وكان قد أرجع ليبمان (Lippmann) تشويه الأخبار وانتقاء ما ينشر ولا ينشر كنتيجة لعوامل خارجة عن سيطرة المندوبين ورؤساء التحرير والمنتجين أو الناشرين، فقد أرجع ذلك إلى نواتج مترتبة عن ظروف سابقة على النشر؛ مثل الموارد المحددة المتوفرة لدى الصحفيين لدراساتها عند وقوع حادث معين مباشرة، وهي أيضًا نواتج القيود على عملية إعداد الأخبار بحيث يجب أن تلائم متطلبات الوسيلة المعنية بالإعلام، وهناك أيضًا خسارة لابد منها في التفاصيل في أي تقرير يحاول التركيز على الحقائق المركزية ويتجاهل باقي الحقائق، وبالإضافة إلى ذلك هناك مشكلة الاستيلاء على انتباه القارئ أو المتفرج أو المستمع والاحتفاظ بهذا الانتباه في صناعة الإعلام التي تعتمد على الإعلان كمصدرها الرئيسي للدخل، فالقصص التي من المحتمل أن تزيد من التوزيع والتي تؤدي إلى جذب الانتباه للإعلانات، والتي بدورها ستؤدي إلى أرباح لابد في النهاية أن يكون

¹ فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، مرجع سبق ذكره، ص 360.

لها نصيب أكبر من المساحة في الصحيفة، أو الوقت في الإذاعة والتلفزيون، وهكذا فإن نوافذ الحقيقة التي توفرها لنا الصحافة تتشكل جزئياً بطبيعة الأساس الرأسمالي لصناعة الأخبار نفسها حيث تقف وراء هذا عوامل اقتصادية وسياسية في الغالب"¹.

ومن الدراسات الكلاسيكية التي أكدت هذا الموقف أيضاً الدراسة التي أجريت في البدايات الأولى لظهور التلفزيون "والتي قام بها كل من كيرت وجلاديس لانج (Kurt Lang & Engel Gladys Lang) اللذان قاما بإعداد مقارنة تفصيلية بين تصوير الحدث في التلفزيون وحقيقة الحادث كما جرى فعلاً، وكان الموضوع الذي تابعه هو استعراض "يوم ماك آرثر" في شيكاغو عام 1952، والمعروف أن الجنرال دوجلاس ماك آرثر هو واحد من أعظم الأبطال الأمريكيين في الحرب العالمية الثانية والذي كان في طريقه إلى الوطن بعد أن قاد القوات البرية في الحرب ضد اليابان وكوريا، فعند عودته قامت مجتمعات عديدة بتكريمه، ومن بينها شيكاغو التي كانت تحتل بـ "يوم ماك آرثر" في استعراض ضخم، وبينما توجه ألوف من الأمريكيين لمشاهدة الاستعراض بأنفسهم، فقد بقى ألوف آخرون في المنازل لمشاهدته في التلفزيون، هنا إذن قصتان لنفس الأحداث الحقيقية كما وقعت: الاستعراض كما جرى في شوارع شيكاغو، والاستعراض كما ظهر في شاشة تلفزيون المشاهدين، فقد أوفد الباحثان جلاديس وكيرت (Gladys & Kurt) فريقاً من الملاحظين لمشاهدة الاستعراض شخصياً، وإعداد تقارير مفصلة عن الواقع كما لمسوه، أما الفريق الآخر من المراقبين فقد كُلفَ بمشاهدة الاستعراض على التلفزيون، وأعد هذا الفريق تقريراً أيضاً عما شاهدته، فكلا الفريقين قد واجها عالَمين مختلفين؛ فقد كان الاستعراض على التلفزيون حياً وحافلاً بالإثارة الدائمة، وتكونت لدى المشاهدين انطباعات عن وجود جماهير كبيرة وحماسية من المتفرجين في الشوارع، وظهر الجنرال ماك آرثر على الشاشة باستمرار وهو محاط بجماهير المعجبين، ولقد كانت تجربة مثيرة حقاً، وعلى العكس من ذلك، فقد وجد الذين حضروا الاستعراض فعلاً أنه كان مملاً، فقد انتظروا في الشارع مع بضعة أشخاص آخرين، ولم يكن عدد الجماهير كبيراً، ولم يشاهدوا جماهير ضخمة في الشوارع، ومر الجنرال أمامهم بسرعة في سيارة ولوح لهم محبياً، ثم مضى في طريقه، وكان هذا كل ما جرى، واستنتج الباحثان من ذلك أن التلفزيون يقدم

¹ فريال مهنا، المرجع السابق، ص 361.

وجهة نظر فريدة من نوعها، فهو يختار المناظر وزوايا الكاميرات بعناية بحيث يضاعف من إثارة المشاهدين¹. وهذا المثال يقدم صورة واضحة عن الطريقة التي يمكن لوسائل الإعلام من خلالها التلاعب بعقول الجماهير.

ولم يتغير اتجاه الدراسات في الوقت الحالي، وإنما يتجه أكثر من قبل إلى التأكيد على تسويق واقع زائف، وعلى غرس صور ذهنية مشوهة عن الواقع، خاصة مع تطور التقنيات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث أصبح التلاعب بالواقع يتم بطرق احترافية، حتى بات الكثير من الناس يصدقون ما يتم عرضه إعلامياً على أنه واقع حقيقي بالفعل، ويضرب لنا الدكتور طه عبد الرحمن مثالا عن حقيقة ما يتم تصويره إعلامياً وما يعتقد الجمهور؛ حيث يشير إلى أن " الصور مثلا التي تصل اليوم إلى المتفرج تكون مضيئة وحية وحركةً وجاذبة للنظر حتى انتزعت التصديق من المتفرج انتزاعاً باعتبارها شهادة على الواقع لا تضاهي، حيث يرى المتفرج الصدق والأمانة في ما يُبثُّ إعلامياً، وما ذاك إلا لأنه يتوهم أن آلات التصوير الدقيقة التي استخدمت في التقاط هذه الصور الضوئية أو الرقمية قادرة على أن تقتنص المصورات عن مسافة مضبوطة وتعيد إنتاجها بأمانة، وتردها إلى أصلها دون أدنى تغيير، جاعلة تصوير الشيء أقرب إلى إحضاره بذاته منه إلى استحضاره بصورته، فتبدو وساطتها في توصيل الصور إلى المتفرج وكأنها لم تكن وكأن الواقع هو الذي يصور نفسه؛ والحال أن تقنيات الصورة على فائق دقتها وبالغ تطورها تتدخل في الصور التي تأخذها، ويتخذ هذا التدخل أشكالاً وكيفيات ومقادير تختلف باختلاف كفاءات المنتجين وقدرات التقنيين، بل باختلاف أحوالهم الوجدانية وأغراضهم المادية"².

وما يمكن قوله هنا هو أن " وسائل الإعلام في بنائها للحقائق الاجتماعية تضيف معلومات على المعلومات الأصلية لديها، حيث تُشكِّلُها وفقاً لتوقعات مراكز القوى، أو بعض جماعات المصالح الأخرى، كما أن هذه الوسائل ليست فقط للتعليم والإخبار والترفيه، وإنما هي أيضاً أداة

¹ فريال مهنا، المرجع السابق، ص362. (بتصرف يسير).

² طه عبد الرحمن، دين الحياء: من الفقه الائتماري إلى الفقه الائتماني-2: التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال، ط1، المؤسسة العربية للفكر والإبداع، بيروت، 2017، ص42.

للسيطرة والضبط الاجتماعي من قبل أفراد، مؤسسات ودول، فهي مجموعة من الكيانات الاجتماعية التي تعمل وفقا لهذا على خلق الوهم.

وتقترب بعض هذه الأسباب إلى ما أشار إليه دينيس ماكويل (D. Macquial) في العديد من كتاباته حول هذه الأفكار التي ناقشها صراحة كتحرير أو تجاهل للحقائق؛ فهو يؤكد على أنها أدوار مقصودة، تجد لها صدى في النظرية الوظيفية التي ترى من وجهة نظر المجتمع، أن ذلك يساعد على الضبط الاجتماعي، وعلاوة على ذلك فإن هذا يعتبر تلبية للحاجات الخاصة بالقضاء على التوتر والأعباء اليومية، كما نجد لها صدى في نظرية الهيمنة أو التبعية، فقد وجد الباحثون أن المحتوى الإعلامي يعكس الضبط الاجتماعي من خلال الاهتمامات الخاصة بطبقة الصفوة حيث يتم دعم هذه الطبقات بتجاهل هذه الحقائق¹، وهذا التجاهل بتسليط الضوء على الحقائق التي تم بناؤها إعلاميا على حساب الحقائق الفعلية التي يعيشها الأفراد يؤدي في نهاية الأمر إلى إلهاء الناس عن مشاكلهم الحقيقية، ومن ثم تخديرهم اجتماعيا، حتى يتشكل لديهم إحساس بعدم المبالاة مما يحدث في الواقع المعاش وهذا ما يؤدي إلى توازن المجتمع، وعدم حدوث اختلالات فيه حسب المتحكمين في عملية البناء، فيبدو الناس وكأنهم في حالة تقبّل لما يعيشونه، حيث ينخفض مستوى مقاومتهم أو حتى اهتمامهم بالوضع الاجتماعي الفعلي في حياتهم اليومية.

يقول بودريار (Baudrillard):

" تخيل شيء جميل يستوعب كل طاقة البشاعة، يوجد لديك عالم الأزياء، تخيل الحقيقة تستوعب كل طاقة الباطل، هناك لديك محاكاة"².

وهنا يفرض السؤال نفسه مرة أخرى: كيف يمكن لوسائل الإعلام من خلال المحاكاة

أن تبني واقعا؟

ما يمكن قوله في هذا الصدد أن وسائل الإعلام لا يمكنها أن تكون محايدة بين الحدث والمراقب، بين صانعي الحدث والمستهلكين، إذن فهي تسهم في بناء الواقع الاجتماعي وفقا

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص321.

² Vanja Nisic, Divna Plavsic, the role of media in the construction of social reality, op cit, p74.

لأجندات ومصالح خفية، " فوسائل الإعلام تقوم بقبولية الواقع، أين يضع الحياد بين نسيج الخيال والواقع، وتبقى سيطرة وسائل الإعلام على ذهنية الجمهور نتيجة ما يتعلق بأثار الأحداث، وما يترتب عنها من تحليلات ونتائج، فتغيب الحقيقة عن الوعي بسبب التوجهات المفترضة من قبل هذه الوسائل التي أمكن لها أن تتحكم في اتجاهات الرأي العام وفق إيديولوجية السلطة"¹، التي تعني في آخر الأمر ممارسة العنف الرمزي على المجتمع وبتعبير تومسون (Thomson): " استغلال للأفكار للتستر على مصالح القوة والهيمنة في النظام الاجتماعي".

وتذهب الدكتورة سهام الشجيري في هذه النقطة تحديداً للقول بأن هذا التستر على الحقيقة والتلاعب بها يزداد في وسائل الإعلام بشكل كبير خاصة في أوقات الحروب والأزمات وبشكل خاص من خلال الأخبار، فمن وجهة نظرها واستناداً على ما قاله "إيلي آبل (Elie Abel) حول أن الواقع لا يأتي مطلقاً في رسالة طولها دقيقتين أو ثلاث دقائق، فالتلفزيون مثلاً هو أشبه براوي القصة ومن ثم فإنه يفرض على الحدث أو الموقف إطاراً مسبقاً يُعَدّلُ من الواقع بهدف تقديم خبر متكامل يناسب الطابع الروائي لهذه الوسيلة؛ فالأخبار دون غيرها يتوقع الجمهور منها أن تقدم له صورة أكثر دقة عن الواقع، لكن هذا التوقع يكون على الأقل من وجهة نظر الجمهور، أما ما أثبتته مختلف الدراسات فهو أن:

- النظام المخيالي من خلال وسائل الإعلام يوفر الملجأ الذي يأوي الفرد والمجتمع حين يضيق الوضع، فالحزام الثقافي الإعلامي يقوم مقام المرجع حين يشتد التوتر والاضطرابات والضعغوطات، ومن هنا فإن البضائع الإعلامية هذه تستطيع أن تقوم بدور " التملجؤ " أي موطن الهجرة من عالم التموضع إلى فضاء التمثيل.
- إن هذه المخيالات تساهم في التنشئة الاجتماعية، فالأنظمة تعمل على توفير إطار غير رسمي يسمح للفرد بتعلم واستيعاب قيم المجتمع، عاداته، تقاليده ونظرته إلى ما يحيط به.
- تزوير الواقع الإعلامي والتلاعب بالأحداث، فالرقابة التي تحمل عناوين مختلفة هي تكبير لحرية الكلمة، وتعطيل لفعالها الإيجابي، والأخطر من ذلك هو تعيين مكلفين بمراقبة الحقيقة وتخويلهم صلاحيات سجنها في أقفاص لصياغة نمط آخر من أشكال فرض

¹ Vanja Nisic, Divna Plavsic, loc.cit.

السيطرة المسبقة، والتلاعب عن قصد بالحقائق، وإبدال الواقع بغيره، وهذا ما حدث بالفعل -حسب هذه الباحثة- من خلال العمل الإعلامي الأمريكي مثلا إبان الحرب العدوانية الأولى على العراق 1991، وحرب الاحتلال الثانية 2003.

- تقوم وسائل الإعلام بصناعة الحقيقة المتخيلة، أي أنها تقوم بالانتقال من الحقيقة إلى الخيال في حين أن عملها في الأغلب يرتبط ب"حقيقة الواقع الخارجي" والفرق بين النوعين من الحقائق يعكس مستوى التورط الذي تقع فيه وسائل الإعلام في فترات الحروب والأزمات خاصة، حيث تتم المراقبة والسيطرة من أجل صناعة الحقيقة وليس نقلها.
- يؤدي كل هذا إلى منع الإنسان والمجتمع من إمكانية تغيير الوضع، ويعني ذلك أنه في حال الارتباط بنظام مخيالي يفقد الفرد إمكانية مواجهة الوضع القائم، ويعكس اللجوء إلى المخيال والبقاء في رحابه نوعا من الهروب عما أفرزه الوضع، وتلك هي حالة مرضية تجعل الإنسان يتوهم بأنه تجاوز ذلك الوضع في الوقت الذي ما يزال يعيش تحت وطأته¹.

يفسر لنا من جهته بودريار (Baudrillard) حالة اختفاء الواقع هذه بأنها تعود إلى "الانفصال بين الدال والمدلول ويتمحور في ذلك غياب هذه العلاقة نتيجة للتكثيف المزدوج والمتكرر للصور بما يؤدي إلى تحديد الوقائع الاجتماعية ضمن إطار إعلامي، لذا نجد أن ما يطرحه الإعلام ليس واقعا حقيقيا، وليس نسخة منه بل هو صورة منفصلة عن الواقع مستنسخة عن صور أخرى مصطنعة ومتكررة، فالوقائع لا تعود إلى مرجعيتها الأصلية بل تعود إلى ذاتية الصورة فالمرجعية هنا ذاتية وبذلك يصبح ما يدل عليه الرمز من خارج الواقع وليس اعتبارا لحقيقة واقعية"².

ويتناغم الموقف السابق الذكر مع ما توجه إليه تشومسكي (Chomsky) في أن وسائل الإعلام تلعب دورا مهما في عملية التلقين جنبا إلى جنب مع المؤسسات التعليمية الأخرى، وأن البنائون (constructors) للحقيقة الاجتماعية، وحقيقة الحياة اليومية بشكل خاص يقدمون

¹ سهام حسن علي الشجيري، أنسنة الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص.ص 372-377.

² حيدش سعد، جون بودريار: الاتصال وإشكالية الواقع المفرط، مجلة إضافات، العددان 30/29، 2015، ص200.

وينفذون دكتاتورية الحقيقة¹، فصورة الواقع المنتجة والمصممة يتم عرضها في غالب الأحيان بما يتناقض مع المشاكل والصعوبات الحقيقية للناس في مجتمعاتهم (الفقر، المخاطر، الاستعباد المالي والبطالة...) مما يجعلهم يركزون على مشاكل هامشية، فوسائل الإعلام تُغفل العديد من الأمور بشكل منتظم، وتقوم بهذا خدمة للقوى الكامنة في أعلى هرم السلطة الذي يصنع الحقيقة ويفرضها.

من خلال ما سبق يتكون لدينا انطباع أن الوظيفة الحقيقية لوسائل الإعلام هي "أن تُعطي الحقيقة"، كما يشير إلى ذلك بودريار (Baudrillard) في قوله:

" الزائف هو ليس ذلك الذي يخفي الحقيقة، ولكن ما يخفي غياب الحقيقة"².

فهو يشير إلى أن وسائل الإعلام لا تقوم بتغيير الحقيقة فقط وإنما تنتج ما أسماه ب"الواقع المفرط"^{*} فهي من وجهة نظره تؤثر على مستوى البناءات الاجتماعية والثقافية، وحتى الاقتصادية

¹ Vanja Nisic, Divna Plavsic, op cit, p77 .

² Ibid, p 80.

* يرى Baudrillard أن ما يتم عرضه من خلال وسائل الإعلام مرّ بأربعة مراحل، حيث أنه اعتبر بأن المضامين الإعلامية كانت: 1- تعكس الواقع. 2- بمثابة حجاب وتشويه للواقع. 3- بمثابة حجاب لغياب الواقع. 4- لا علاقة لها بأي واقع، حيث يُغفل Baudrillard هذه الأطوار من خلال استخدام عدة مصطلحات على غرار "الاختلاق" و"التظاهر" فمن وجهة نظره التظاهر يحفظ "مبدأ الواقع" و"الاختلاق" لا يحفظه، إذ أن الذي يُظهِر خلاف ما هو عليه في واقعه يبقى مدركاً للفرق بين مظهره والواقع، في حين أن "المختلق" يفقد القدرة على التمييز الحق من الباطل والواقع من الخيال، كما أن هذا الباحث يُقيم تعارضاً بين "الاختلاق" و"التمثيل" ويرده إلى كون التمثيل يحفظ "مبدأ التكافؤ بين الواقع والعلامة على الواقع"، ولو أنه تكافؤ وهمي، بينما الاختلاق لا يحفظ هذا المبدأ، إذ أن العلامة لا تُبقي على وجود الشيء الذي هي علامة عليه، أو بلفظه "تقتله" أو "تعدمه"، والصورة المثبوتة تقتل المصوّر أي نموذجها في الواقع، فالأمر هنا حسبه لم يعد يتعلق بمحاكاة جادة أو ساخرة ولا بمزاوجة الشيء بصورته؛ بل يتعلق باستبدال علامات الواقع مكان الواقع؛ فلم يعد وفقاً لهذا الاختلاق تصويراً للواقع بل إنتاجاً له، فقد أضحى الاختلاق يسبق الواقع وجوداً، لذا فإن الواقع الذي ينتجه الاختلاق ليس هو الواقع الذي تمثله الصورة اللاحقة أو تحاكيه، وحتى يُفرّق Baudrillard بين الواقع السابق أو المصوّر واللاحق أو المنتج، فقد استعمل بصدد هذا الواقع الأخير مصطلح "الواقع المفرط".

للمزيد من التفاصيل يمكن الإطلاع على:

- طه عبد الرحمن، دين الحياء: من الفكر اللتماري إلى الفكر الائتماني-2-: التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال، ص 42-43.

- جان بودريار، كتاب: الاختلاق والمختلقات.

-ديفيد انغليز، مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة، ترجمة لما نصير، بودريار ما بعد الواقع، ص.ص 219-226.

فالتلفزيون مثلا بالنسبة إليه لا يعرض الحقائق كما هي في الميدان، بل يحدد أبعاد الصورة وخلفية المنطلقات لإعادة تشكيل المجتمعات بشيء من التعظيم والتهويل والمبالغة أيضا في صنع الأحداث، بدلا من تمثيلها وانعكاسها، وهذا ما يتماشى مع ما أسماه أولريش بيك (Ulrich Beck) بـ"مجتمع المخاطرة" حيث يُعبرُ مفهوم المخاطرة هنا عن عصر انفلتت فيه الحياة الاجتماعية عن التقاليد السائدة، وسقوط العادات والتجاوزات في الأعراف، وحدثت تأثيرات جذرية بفعل الوسائل الحديثة على مستوى كل من الأنساق الثقافية والقيمية ومظاهر الحياة¹، فوسائل الإعلام من الممكن أن تنقل أنماط حياة مختلفة وتجعل الناس يتبنون هذه الأنماط بشكل اعتيادي في حياتهم اليومية، كما تعمل من خلال بعض المضامين على غرس صور ذهنية وأفكار بما لا يتوافق مع طبيعة التفكير والقيم السائدة في المجتمع، غير أن تعزيز ما يتماشى مع المجتمع وارد أيضا من خلال بعض المضامين الإعلامية الأخرى، ودرجة التأثير هنا لا تكون بمعزل عن طبيعة شخصية الفرد في حد ذاته.

"فالهيمنة الثقافية من خلال الوسائل الإعلامية، تؤكد عليها، حيث الحقيقة والهوية مشيدين لنا عن طريق الإعلانات، البرامج، المسلسلات التلفزيونية، الموسيقى الشعبية... فهذه الوسائل لا تعطينا شيئا أكثر معنا للحقيقة"²، بل تغمرنا في عالم رمزي جديد يوازي عالمنا الفعلي.

8- مقارنة لحقيقة الحياة اليومية عبر الإنترنت:

نتطرق من خلال هذا المبحث إلى تأثير الإنترنت على البناء الاجتماعي للحقيقة، وهذا من خلال إعادة النظر في الطرح الذي قدمه كل من برغر ولوكمان (Berger و Luckmann) في كتابهما "the social construction of reality"، فبعد 40 عاما مضت، وبعد ظهور الإنترنت³ والاستخدام المتزايد لها، خاصة مع بروز الشبكات الاجتماعية يُفترض أن تكون هناك العديد من التغيرات التي طرأت على ذلك الطرح، حيث أن الإنترنت قد عملت على تغيير العديد

¹ حيدش سعد، جون بودريار: الاتصال وإشكالية الواقع المفرط، مرجع سبق ذكره، ص 198-199.

² فيليب جونز، النظريات الاجتماعية والممارسات البحثية، مرجع سبق ذكره، ص 192.

³ Shanyag Zhao, the internet and the transformation of the reality of everyday life : towards new analytic stance in sociology, Sociological inquiry, vol : 76, N : 04, 2006, p 458.

من النواحي في عالم حياتنا اليومية، فقد تغيرت شروط التفاعل الاجتماعي¹، وأصبح متاحا للناس أن يتواصلوا مع بعضهم البعض بغض النظر عن الزمان والمكان وأتاحت الفرصة لهم لتكوين علاقات حميمية مع الغرباء الذين يتفاعلون معهم من خلال شبكة الإنترنت على عكس الجماعات البشرية في المجتمعات التقليدية سابقا، والتي كانت مقيدة بالقرب المادي، كما أن التواصل عبر الإنترنت من الممكن أن يستند بشكل كلي على الاهتمامات والمصالح المشتركة، فقد ظهر نمط جديد من الاتصال وهو الاتصال النصي عبر الدردشة الإلكترونية (the electronic text chat) وكما ظهرت منطقة زمانكانية جديدة (there and now) ومكان اجتماعي جديد (domain the online public)؛ فتغير وفقا لهذا التواصل الاجتماعي والوضعيات الاتصالية التي كان يتفاعل الأفراد في إطارها، وباعتبار الإنترنت أصبحت شريكا في عملية التنشئة الاجتماعية، فقد أدى كل هذا إلى تحول جذري على مستوى عالم الحياة اليومية².

برغر ولوكمان (Luckmann و Berger) نظرا إلى عالم الحياة (life world) على أساس أنه يتكون من حقائق متعددة، ومن بين هذه الحقائق المتعددة نجد حقيقة الحياة اليومية (the reality of everyday life) التي تعرض أو تقدم نفسها كحقيقة عليا، حيث تُبنى هذه الحقيقة على أساس كل من الجانب الزماني والمكاني³، ومن خلال تفاعل الأفراد مع بعضهم البعض وجها لوجه؛ فحقيقة الحياة اليومية تنتظم حول "هنا" (here) من جسدي و"الآن" (now) من حاضري وهذه الـ"هنا" و"الآن" هما محور اهتمامي في حقيقة الحياة اليومية، وهي تشمل على العالم الذي أستطيع التصرف فيه وأستطيع أن أعدل من حقيقته وهو العالم الذي أعمل فيه، وهناك منطقة "هناك" و"بعد ذلك" (there and then)؛ فمصلحتنا واهتمامنا بالمناطق البعيدة هو أقل إلحاحا بسبب المسافة؛ حيث لا يمكننا الوصول إليها في الوقت الحالي، ومع ذلك برغر ولوكمان (Luckmann & Berger) وجدا فيما بعد أنه من الضروري تعديل هذا الوصف لأنه كان غير صحيح إلى ذلك الحين؛ فالأفراد كانوا قادرين على التأثير على بعضهم البعض من خلال التقارب المادي (المكاني) في الحياة اليومية، لكن بالمقابل في الهاتف نستطيع أن نكون على اتصال

¹ Idem.

² Ibid, p 459.

³ Ibid, p 460.

مباشر مع الناس على الجانب الآخر من الكرة الأرضية، على الرغم من أنهم ليسوا هنا معنا لكننا نستطيع الوصول إليهم على الفور تقريبا، لهذا قام **لوكمان (Luckmann)** بتوسيع العالم الذي يمكننا الوصول إليه (world with reach) إلى العالم الذي يمكننا الوصول إليه عبر وسيط (world within mediated reach) كالهاتف مثلا، أو متابعة الأحداث عبر التلفزيون في وقت حدوثها في قارات أخرى، غير أن هذه المنطقة الزمكانية لم يتم تطويرها من قبل الباحثان حيث لم يقوموا بتفسيرها بشكل كامل.

ظهور الإنترنت اليوم بدوره غير البناء الزمكاني لحقيقة الحياة اليومية، فبدلا من التركيز على (here of my body and now of my present) أصبحت هذه الحقيقة تنتظم حول (here of my body and there of my mediated reach)، فتركيز الاهتمام قد تم توسيعه ليشمل الامتداد الزمني والمكاني للظواهر الاجتماعية من خلال هذا النطاق الجديد: **(there and now)**.

يربط **Giddens** هذا التحول بالتغيرات التي أفرزتها الحداثة إذ يقول:

" ظهور الحداثة أبعد إلى حد كبير الفضاء عن المكان من خلال تعزيز العلاقات مع الآخرين الغائبين، البعيدين عن أي موقع للتفاعل وجها لوجه.... ما هو بناءات للموقع ليس ببساطة ما هو موجود وحاضر في المشهد، فالشكل البصري يخفي العلاقات المسافاتية".

وتبعا لهذا ومع ظهور الإنترنت المنطقة بعيدة المنال سوف تتقلص أكثر فأكثر¹.

وتعد اللغة عند **برغر ولوكمان (Luckmann & Berger)** هي بالدرجة الأولى " نظام من العلامات الصوتية المتبادلة في وضعية الاتصال وجها لوجه"، بغض النظر عن أنه يرافقها مجموعة غنية من المؤشرات الجسدية (bodily indices)، فمع اللغة وبها نتشارك الحياة مع الآخرين، فهي تخدمنا كمؤشر للمعاني الذاتية، مما يُمكن أعضاء المجتمع من أن يتبادلوا الأفكار والخبرات المشتركة وبالتالي تصبح اللغة مخزونا للمعرفة، كما أن اللغة المنطوقة (language)

¹ Ibid, p 460.

(spoken) في نظرهما هي نوعية متأصلة من التبادلية، حيث تتميز بالقدرة على الاستماع والاستجابة من خلال التبادل اللفظي المتزامن والمستمر أين يمكن للمتخاطرين مزامنة وعيهم الداخلي من خلال التفاعل بين ذواتهم وذوات الآخرين، وفي هذه الوضعية يتشكل ما سميها بالتقارب الذاتي المشترك أو المتبادل (**intersubjective closenes**)، فالكاتبان يؤكدان في طرحهما أن أهم وسيلة لصيانة الحقيقة والحفاظ عليها هي الحوار (المحادثة)، حيث يتم هذا من خلال التخاطب المستمر الذي يستطيع الأفراد من خلاله أن يعدلوا ويعيدوا بناء الحقيقة الذاتية، والهدف النهائي هنا هو الحفاظ على قدر من التماثل بين الحقيقة الموضوعية والحقيقة الذاتية¹.

وتكمن قوة الخطاب في القدرة على موضوعاتية العالم من خلال تحويل التجارب الشخصية لأفراد مختلفين إلى نظام جماعي (**collective order**)، ومن خلال اللغة يتم إنتاج المعنى وإحكامه فوظيفة المحادثات اليومية هي المحافظة على الحقيقة الذاتية، بحيث يجب أن تكون هذه المحادثات مستمرة ومتكررة، فتكرارها " يعزز قوة توليد الحقيقة" و"اختلال الاستمرارية يفرض تهديدا على مسألة الحقيقة الذاتية"، هذا حتى ولو كانت الأحاديث عرضية، حيث يشير هنا برغر ولوكمان (**Luckmann & Berger**) إلى الحديث عبر الهاتف؛ ففي نظرهما المحادثات الهاتفية هي في معظمها "محادثات خمول" كأن يتصل الناس ببعضهم البعض لمجرد الحديث، وعلى الرغم من أنها تبدو قصيرة ومتكررة، إلا أنها تعمل على منع العلاقات الشخصية من التلاشي، مع العلم أن هذه المحادثات تكون مع من نعرفهم فقط ولا مجال لوجود هذه الوظيفة مع الغرباء بشكل مستمر².

إلا أن الوضع الجديد في عالم الحياة اليومية، والذي يتمثل في الاتصال الإلكتروني خلق حيزا للاتصال المتزامن الفوري بعيدا عن وضعية الاتصال المواجهي، حيث لم يعد الوضع يقتصر على هذا النمط الاتصالي فقط، ففي البيئة الإلكترونية حلت الدردشة النصية محل الاتصال المواجهي، وأصبحت تلعب دورا هاما في الحياة اليومية، ففي الدردشة يستطيع الأفراد أن يناقشوا الأمور ويرجعوا إليها في أي وقت يريدونه، وهنا نجد أنه يوجد تجاوز لمنطقة "here and now" حيث تتميز اللغة بما يسمى (**detachability**)، فقدرة اللغة تكمن في إمكانية الاتصال من خلال

¹ Ibid, p 461.

² Ibid, p468.

المعاني التي لا يتم التعبير عنها ذاتيا بشكل مباشر، حيث يمكن الحديث عن أمور لا تعد ولا تحصى، بما في ذلك المسائل التي لم يسبق وأن كانت لنا تجربة أو خبرة مباشرة معها، وبالتالي اللغة هي قادرة على أن تصبح مستودعا موضوعيا لتراكم هائل من الخبرات، والتي من الممكن الحفاظ عليها ونقلها إلى الأجيال القادمة، فحالة الانفصالية قبل ظهور الإنترنت كانت مرتبطة فقط بالاتصال المواجهي، بينما الكتابة بالنسبة لهما كانت عبارة عن " نظام علامات من الدرجة الثانية"¹.

وفي الدردشة النصية الإلكترونية يمكن الحفاظ على التعابير الذاتية والتي يمكن استردادها في وقت لاحق لدراسة متأنية ومتأملة، فهذه الدردشة تضطلع بمهمة الحفاظ على الحقيقة الذاتية فالمدرشون ضمينا ينشئون روتينا للحياة اليومية، مما يعزز من وجود تلك الحقيقة، والتي يتم تأكيدها باستمرار من خلال الاتصال الشخصي، فضلا على إمكانية عدم الكشف عن هوية المتحاورين في الدردشة؛ فالاتصال الشخصي هنا يصبح كاتصال مع مجهول، والحضور الاجتماعي يصبح حضورا اجتماعيا مشتركا عن بعد (telecopresence) كما أن اللاتزامنية موجودة أيضا في حالة استخدام الإيميل مثلا، لكن هذه اللاتزامنية لا تكون بسبب التأخير في الرد كما هو الحال مع الرسائل البريدية في السابق، وإنما تكون مرتبطة بالتصميم؛ حيث تتم الاستجابة في أي وقت يريده المتلقي (هناك مرونة زمنية). إذن الدردشة الإلكترونية تقوم بنفس الوظيفة التي كان يقوم بها الحديث عبر الهاتف لكن بشكل أقوى على اعتبار قوة توليد الحقائق وصيانتها في هذه الوسيلة.

يقول برغر ولوكمان (Luckmann & Berger) أن حقيقة الحياة اليومية تفنقر إلى المجال العام، حيث يمكن للغرباء الالتقاء والتفاعل مع بعضهم البعض وجها لوجه، فقد قسما الحياة اليومية -كما ذكرنا سابقا- إلى منطقتين؛ "here and now" وهي تضم الناس والزملاء والأصدقاء الذين نعرفهم ونتفاعل معهم في إطار وضعية الاتصال المواجهي وسميا هذه الفئة بـ "realm of consociated" ومنطقة "there and then" التي تضم الغرباء وأولئك الذين ليس لدينا اتصال مباشر معهم، وتسمى هذه الفئة بـ "mere contemporaries"، وهذا التقسيم تم اعتماده على

¹ Ibid, p461.

أساس كل من المعرفة (الإمام المعرفي بالأشخاص)، وكذا الألفة، ووفقاً لـ **غوفمان (Goffman)** أماكن التجمعات العامة يلعب فيها التواجد المادي المشترك دوراً فريداً في الحياة الاجتماعية، فهو يتفق مع ما ذهب إليه الباحثان من حيث تقسيم منطقة التفاعل بين من نعرفهم والغريب عنا ويوضح ذلك بقوله أن المشاركة في الاتصال في وضعيات معينة مع من لا نعرفهم تصبح إلزامية حيث ميز بين **3 وضعيات محددة:**

- الاتصال بين الغريب يمكن أن يأخذ حيزاً، عندما يملك البعض من الناس وضعاً في محل عرض (exposed position) كموظف استقبال، صاحب متجر، مما يفتح مجالاً للاقترب ممن لا نعرفهم.

- يحدث هذا النوع من الاتصال أيضاً عندما يملك الأفراد وضعياً مفتوحة (opening position) كالشرطي مثلاً.

- وهناك ظروف أخرى لحدوث هذا الاتصال مثل: الحفلات، الكرنفلات، حيث لا يعرف الأفراد بعضهم البعض.

وهذه اللقاءات التي تجمعنا مع من لا نعرف في المجال العام، تعتبر جزءاً من روتين حياتنا اليومية، فقبل ظهور الإنترنت، أماكن التجمعات العامة كانت تندرج ضمن نطاق "here and now" ومن خلال التفاعل وجهاً لوجه فقط، ولكن بوجود الإنترنت أصبح هناك إمكانية لظهور هذه الأمثلة في المجتمعات الرقمية؛ فالمجال العام يأخذ مكانه بشكل كبير هنا، أين يمكن لنا أن نتواصل مع الكثير والكثير من الأشخاص الذين لا نعرفهم ولا يكشفون عن هوياتهم الحقيقية، وفي هذه الحالة من الممكن أن نكون على علاقة حميمة مع هؤلاء الغريب أكثر من الأصدقاء الذين يتواجدون معنا فعلياً، وعدم الكشف عن الهوية هنا يرجع لأسباب مختلفة في ظل عدم ظهور الفرد بمظهره الجسماني، وهذا التغيير في التفاعل يؤثر في تشكيل حقيقة الحياة اليومية من دون شك.

وهذا ما عبر عنه **تومسون (Thompson)** بقوله:

" الحياة الاجتماعية في العالم الحديث تذهب إلى المزيد من التفاعل الذي هو ليس وجهها لوجه في طابعه، مع تفعيل وزيادة التفاعل عبر الوسيط... فمزيج التفاعل قد تغير"¹.

وبالنسبة لل**تنشئة الاجتماعية (socialization)** التي تعتبر هامة في البناء الاجتماعي والتي يتم من خلالها استيعاب معايير وقيم المجتمع وتوجيه سلوك الأفراد فقد قسمها برغر ولوكمان (Berger & Luckmann) إلى مرحلتين: **التنشئة الاجتماعية الأولية**: التي تنطلق من مرحلة الطفولة، من خلال ما يكتسبه الفرد عن ذاته ونظرته للعالم، و**التنشئة الاجتماعية الثانوية**: التي تحدث في سن البلوغ، والتي يتم من خلالها إدخال الفرد في عوالم فرعية مختلفة للمجتمع، فالباحثان أكدا في هذا الصدد على أهمية كل من "**الآخرين المهمين (significant others)**"، و**الآخرين المعممين (generalized others)** في عمليات التنشئة الاجتماعية حيث يأتي الفرد لينظر إلى ذاته من خلال أخذ موقف من الآخرين المهمين ويتعلم دمج الآراء المنفصلة للآخرين المعممين.

يقول الباحثان:

" في التنشئة الاجتماعية الأولية، ليست هناك مشكلة في عملية التعريف (identification) لأنه ليس هناك خيار لانتقاء "الآخرين المهمين" فالمجتمع يقدم المترشحين للتنشئة الاجتماعية مع مجموعة محددة مسبقا من "الآخرين المهمين" والذين يجب أن يتم تقبلهم من الفرد لعدم وجود احتمال لترتيب آخر، فالطفل منذ أن يكون بلا خيار في عملية اختيار "الآخرين المهمين" تحديد هويته وتعريفاته هي شبه تلقائية معهم، فاستيعابه للحقيقة بشكل خاص هو شبه لا مفر منه (مسلم به)، فالطفل لا يستوعب عالم الآخرين المهمين كواحد من عدة عوالم ممكنة، إنه يستوعبها كالعالم الوحيد الموجود الذي يمكن تصوره على أنه عالم للحكمة".

إذن ف"الآخرون المهمون" يمدون الفرد بالحقائق الاجتماعية الموضوعية المختلفة، والقول بعدم وجود خيار هذا لا يعني بالضرورة غياب الاختلافات، فعموما، الطفل يعيش في بيئة

¹ Ibid, p.p 462-464

اجتماعية أكثر تجانسا نسبيا من الشخص البالغ، إلا أن الاختلاف في وجهات النظر والمواقف وارد، وهذا ما يُحدثُ مشكلة يسميها الكاتبان بـ "the heterogeneity in socialization" "عدم التجانس في التنشئة الاجتماعية" فالآباء، المعلمون والأقران، من المحتمل أن يكون لهم تأثير سلبي على عملية التنشئة الاجتماعية الأولية للفرد، فقبل ظهور الإنترنت، "الآخرين المهمين" جميعا كانوا ينتمون إلى فئة "consociates" لاسيما الأسرة، المدرسة، الحي، فمختلف الأطفال مقيدون، ويتم الإشراف عليهم من قبل البالغين وهم يتواصلون مع نفس الأشخاص من هذا المجال، لكن ظهور الإنترنت أضاف مجالا جديدا: "عالم الحياة الإلكترونية" (online world) الذي غير من ديناميكية التنشئة الاجتماعية الأولية من خلاله يتمكن الأطفال من التفاعل مع عالم معقد ومتنوع من دون الخروج من المنزل.

يقول لبتون (Lipton):

" عندما يحدث بناء الذات عند الأطفال في الفضاء الإلكتروني يحدث بمعدل سريع جدا، وأخذ مواقف الآخرين يصبح معقدا ومخيفا؛ هنا ليس أنا وأمي بعد الآن أو أنا ومجموعي،...مجموعة التفاعلات المحتملة هنا تصبح غير محدودة، هنا الكثير من "الآخرين" والعديد من الهويات الفريدة للاختيار بينها، ونتيجة لذلك لن تكون هناك هوية ثابتة، بل ذوات متعددة، والهوية ستكون مجزأة مع كل تفاعل في الفضاء الافتراضي".

عملية إشراك الإنترنت في عمليات التنشئة الاجتماعية لدى الأطفال والمرافقين يجعلنا ندرك بشكل جلي أن هذه الوسيلة غيرت من الطرق التقليدية لنقل مخزون المعرفة الاجتماعية من جيل لآخر. فالتشكيل المتماسك لنظرة الفرد لذاته ونظرته للعالم، يأخذها ويبلورها من الآخرين المعممين ومن تلك اللحظة يدخل الفرد في المرحلة الثانية من التنشئة الاجتماعية التي تنطوي على استيعاب العوالم الفرعية المؤسساتية وغير المؤسساتية وهذه المرحلة تستمر لبقية حياة الفرد¹. هذا التغير في طبيعة البناءات الأساسية لعالم الحياة يعطي فضاء الإنترنت فرصة كبيرة لغرس حقائق اجتماعية وأنماط تفكير جديدة في أذهان الناس.

¹ Ibid, p 468-469.

الفصل الثالث:

المظاهر البنيوية الجديدة للحقيقة الاجتماعية

في الفضاء الافتراضي

- 1- الشبكات الاجتماعية وهيمنة الفيسبوك
- 2- نموذج بناء الحقيقة الاجتماعية في العالم الافتراضي
- 3- البناء الاجتماعي للشبكات
- 4- الاتصال الافتراضي
- 5- التفاعل الاجتماعي الافتراضي
- 6- الزمان والمكان: التغير في المفاهيم
- 7- المجال العام الإلكتروني
- 8- رأس المال الاجتماعي الافتراضي
- 9- الثقافة الرقمية

1- الشبكات الاجتماعية وهيمنة الفايسبوك:

1.1- تعريف الشبكات الاجتماعية:

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يُطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم الويب 0.2*، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء، وكل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، كما أن الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً تقدم مجموعة من الخدمات؛ كالمحادثة الفورية والرسائل الخاصة والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات ومن الواضح أن هذه الشبكات قد أحدثت تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات بين الملايين من المستخدمين عبر العالم¹.

1-2- الإرهاصات الأولى "النشأة والتطور":

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل: Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع SixDegrees.com عام 1997، حيث ركزت هذه المواقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت من خلال تلك

* **Web 2.0** يشير إلى الجيل الثاني من الخدمات المتاحة على الشبكة العنكبوتية التي تسمح للمستخدمين بالتعاون ومشاركة المعلومات على الإنترنت، وهو عبارة عن بيئة تتوافر بها العديد من الفرص لتشكيل المحتوى المقدم بطرق عديدة، تتيح التفاعلية، والتواصل بطرق مختلفة، والتعاون بسهولة مع الأفراد، والتعبير عن الذات من خلال النشر، كما يمكن الاستعانة فيه بمجموعة من البرمجيات الاجتماعية؛ وهي عبارة عن مجموعة من البرامج والأدوات المبنية على تكنولوجيا الويب 0.2 التي تدعم بناء العلاقات الاجتماعية، وتعمل على إحداث النقاش والحوار، وهناك عدد من التطبيقات أو الأدوات التي تحقق سمات وخصائص هذه التكنولوجيا المتقدمة، ولعل من أبرزها المدونات Blogs، والتأليف الحر (Wiki)، ووصف المحتوى (Content tagging)، والملخص الوافي للموقع (RSS)، والبرامج التعاونية والشبكات الاجتماعية.. (أنظر: عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ص 79-80).

¹ ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 1436هـ/2015، ص 209.

المواقع، الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما يوجد في الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تُدرّج ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي التي لم تستطع بدورها أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2000 ومع بداية عام 2005 ظهر موقع بلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من Google وهو موقع My Space الأمريكي الشهير الذي يعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، كما ظهر بعد ذلك منافسه الشهير Facebook والذي بدأ في الانتشار موازاً مع الموقع السابق، إلى غاية أن أتاح هذا الموقع في عام 2007 تكوين التطبيقات للمطورين، وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدميه بشكل كبير¹.

1-3- أنواع الشبكات الاجتماعية:

يمكن تصنيف مواقع التواصل الاجتماعي إلى نوعين على النحو الآتي:

❖ "نوع يهدف إلى التواصل والتراسل وتكوين الصداقات، وهو اتجاه عام يشتمل على ملفات شخصية للمستخدمين، ويقدم خدمات عامة مثل: المراسلات بين المشاركين والمشاركة بالأخبار والصور والملفات الصوتية والنصوص، والروابط...، ويرتبط المشتركون في هذا الاتجاه بموضوعات ونشاطات من مثل: الدراسة أو العمل أو التواجد في نطاق جغرافي محدد وما شابه ذلك من النشاطات، ومن أهم هذه الشبكات نجد: My space, Facebook وغيرها.

❖ نوع آخر يتمحور اتجاهه بتكوين شبكات اجتماعية تكون في نطاق محدد} كأن ينحصر في مجال وظيفي أو تخصصي معين، وعلى هذا الأساس فإن النوع الثاني هو مهني بالدرجة الأولى²، مرتبط بالعمل، حيث أنه يمكن أن يربط بين أصدقاء العمل بشكل احترافي، كما يمكن أن يربط بين أصحاب الأعمال والشركات، وكثيراً ما تتضمن ملفات المستخدمين

¹ ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، المرجع السابق، ص210.

² عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 1436هـ/2015، ص290.

معلومات شخصية على غرار سيرهم الذاتية، وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم، ومن هم الذين قاموا بالعمل بمعيتهم¹.

1-4- مميزات شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالعديد من المزايا والخدمات التي ساعدت في سرعة انتشارها وبصورة هائلة بين الناس، وتُوفّر شركات كبرى هذه الخدمات، حيث تتيح لجميع المستخدمين مشاركة الأنشطة والاهتمامات، وتكوين صداقات وتجمعات ذات اهتمامات متشابهة وتبادل التعليقات والرسائل الفورية، كما تمكن المستخدم من تكوين مجتمع افتراضي خاص به يسمح لمن يشاء بأن يكون جزء منه ويمكن تلخيص أبرز هذه المميزات فيما يلي:

- **التفاعلية والتشاركية:** حيث تتميز هذه الشبكات بخاصية التفاعلية القائمة على تبادل الأفكار والآراء والمعلومات، والتفاعل مع الآخرين بصورة مجانية، وبسلاسة وسهولة، وضمن هذه الميزة يمكن لكل فرد أن يتبادل مع الآخرين معلوماته الشخصية كترغباته وهواياته، وكذلك المعلومات المتعلقة بثقافته، وتقاليد، أو المتعلقة بموطنه.
- **الحضور الدائم غير المادي:** توفر هذه الشبكات إمكانية التواصل بين مستخدم وآخر، دون الحاجة لأن يلتقيا في وقت متزامن، وذلك من خلال ترك رسالة نصية أو صورة أو معلومات أو غيرها، من مجالات اهتمام الشخص الذي بمقدوره أن يرد عليه بنفس الطريقة، كما يمكن لهما أن يتوصلا مباشرة سواء من خلال الدردشة النصية أو الشفهية باستعمال المايكروفون.
- **مواقع التواصل الاجتماعي تمكنت أيضا من كسر الحواجز والخطوط الحمراء التي كانت تمنع التواصل بين المواطنين العاديين والمسؤولين، كما تحولت إلى سلاح حاد لرصد ومتابعة وكشف قضايا عديدة من الفساد بمختلف أشكاله في هذه الدولة أو تلك، وأتاحت هذه المواقع حرية التعبير للأفراد اللذين أصبحوا يعبرون عن آرائهم في مختلف القضايا بعد أن كان ذلك يعد ضربا من الخيال إلى ما قبل بضع سنوات فقط خاصة في الدول العربية².**

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، المرجع السابق، ص 291.

² مصعب حسام الدين قتلوني، ثورات الفايبروك: مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، ط1، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، لبنان، 2014، ص 97-98.

- تحتوي الشبكات الاجتماعية على العديد من الزوايا: كالملف الشخصي الذي يحتوي على المعلومات الشخصية لكل مستخدم، وقائمة الأصدقاء الخاصة وألبوم الصور والرسائل الفورية الخاصة والعامية، وصفحات الإعلانات التجارية، وأيضا المجموعات التي تنشأ بمسميات مختلفة لأغراض معينة، ذات أهداف واهتمامات مشتركة، كما يمكن تقسيم المستخدمين إلى فئتين، **تنشط الأولى** بصورة فعلية في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال مشاركة الأعضاء، وتعليقاتهم المختلفة، وأما الثانية فهي **فئة الزوار** التي تكتفي بمتابعة ما ينشر عبر هذه المواقع دون أن تكون لها أي مشاركات أو تعليقات¹.

1-5- هيمنة الفايسبوك:

يعتبر الفايسبوك من بين المواقع التواصلية الشهيرة والتي عرفت روجا كبيرا في وقت قياسي حتى تحول إلى مجتمع عالمي يزداد مواطنوه يوما بعد يوم، هذا الموقع قد ظهر " في سنة 2004 م حين بدأت سلسلة من التغييرات التي أخذت مكانها على مستوى الشبكة العالمية، والتي أحدثت تغييرا ملحوظا واكب ظهور **web 0.2**، حيث دخلت الأنشطة الإلكترونية عصرا جديدا، فاستخدام صفحات الويب والاتصال لم يعد أبدا يسير في اتجاه واحد، فالمستخدمين أصبحوا قادرين تماشيا مع هذا التطور على التفاعل مع بعضهم البعض، والدخول في حوارات تبادلية ثنائية وحتى جماعية. وازدادت شعبية مواقع الويب 0.2 عندما أصبحت تشتمل على ما أصبح متعارفا عليه بـ"الشبكات الاجتماعية"² التي أصبحت تعد ولا تحصى.

ويعتبر الفايسبوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي التي تحظى بشعبية كبيرة " فمستخدموه يصلون إلى أكثر من 1 بليون في الوقت الحالي، وعلى سبيل المثال لا الحصر، في الولايات المتحدة الأمريكية نجده يحتل المرتبة الأولى كوسيلة اتصال بين طلاب المدارس

¹ مصعب حسام الدين قتلوني، المرجع السابق، ص 99.

² Mark Johns, Shing-ling-Chen, Laura Terlip, symbolic interaction and new social media, 1ed, Emerald books, UK-Japan-Malaziya, 2014, p 44.

والجامعات الذين يستغرقون وقتهم بالكامل في هذا المجتمع الافتراضي، خوفا من فقد تواجدهم فيه (fear of missing out) مما أدى بالكثير إلى الوصول إلى حد الإدمان¹.

وبالرجوع إلى تاريخ نشأة هذه الشبكة الاجتماعية البارزة نجدها قد تأسست بشكل فعلي في سنة 2004، كما سبق الذكر، "على يد شاب عشريني أمريكي اسمه مارك زيكربيرج (Mark Zuckerberg) بالتعاون مع اثنين من رفاقه بالسكن الجامعي في جامعة هارفرد، وقد كان الموقع في البداية مقتصرًا على طلبة الجامعة، ثم امتد ليشمل طلبة الجامعات الأمريكية الأخرى، ثم انتشر بعد ذلك في أوروبا والعالم، ليصبح عدد أعضائه أكثر من 350 مليون عضو، وهذا الاستخدام الهائل فتح شهية الشركات التي تتقاسم النفوذ في الإنترنت، كما أن هذا العدد يعني دخلا لا محدودا تدره الإعلانات التي ينشرها الموقع، فأول عرض تلقاه Mark كان في يونيو 2004 من شركة Pal Bay التي عرضت عليه استثمار 500 ألف دولار في الموقع، وفي شهر سبتمبر 2006 تم عقد مباحثات جادة بين القائمين على إدارة الفايسبوك و Yahoo بشأن شراء الموقع مقابل مليار دولار، ثم دخلت Microsoft إلى الخط واشترت أسهما فيه"².

ويوفر الفايسبوك شكلا مختلفا من الاتصال بالمقارنة مع الإيميل أو الهاتف الخليوي، فالبريد الإلكتروني في العادة يستخدم للأمور الجدية ولعلاقات العمل الراقية خاصة عندما يتطلب الأمر وصفا مطولا، كما أن الهواتف النقالة تستخدم لبعث الرسائل القصيرة وللاتصالات الفورية المختصرة، أما الفايسبوك فهو يستخدم لكلا الأمرين: الأمور الجدية وكذا التسلية، وبهدف البقاء على اتصال مع الآخرين أيضا سواء مع من نعرفهم أو مع أشخاص غرباء عنا جمعنا بهم هذه البيئة الافتراضية لكننا نتعامل معهم حتى ولو لم تكن لنا حاجة ملحة للاتصال الفوري بهم، فالنقاش والصدقات في الفايسبوك ليس بالضرورة أن تتطلب الاستجابة الفورية لأنها من الممكن أن تكون بهدف المتعة والترويح عن النفس.

¹ Ibid, p 44.

² محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال: دراسة في النشأة والتطور، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 1433هـ/2012، ص 360.

ومستخدمو الفايسبوك ينخرطون في ما يسميه سيميل (George Simmel) بـ "act of sociability" "فعل المؤانسة" الذي يعتبر بالنسبة إليه شكل من أشكال اللعب يرتبط بالمودة حيث يعمل الأفراد على دمج ذاتهم مع الآخرين بدافع الاختلاط (to socialize) وخارج دافع الاختلاط هناك مناسبات أخرى تجمع بين الأفراد ليس لأي غرض من الأغراض النفعية ولكن لغرض الارتباط أو الاجتماعية، (هناك مناسبات كالحفلات يشترك فيها الأفراد بممارسة أنشطة اللعب الحر لتشكيل الترابط مع الآخرين من خلال المشاركة في أنشطة مختلفة بهدف خلق وضع اجتماعي يمثل الفرد من خلال الآخرين، فمستخدمي الفايسبوك يندمجون في مثل هذا الجو من خلال التعليقات، إبداء الإعجابات، تحديثات الحالة، النصوص التي يقومون بنشرها، tags ومن خلال مختلف ما يشتركون به مع الآخرين يهدفون إلى بناء العلاقات، صيانتها والحفاظ عليها¹.

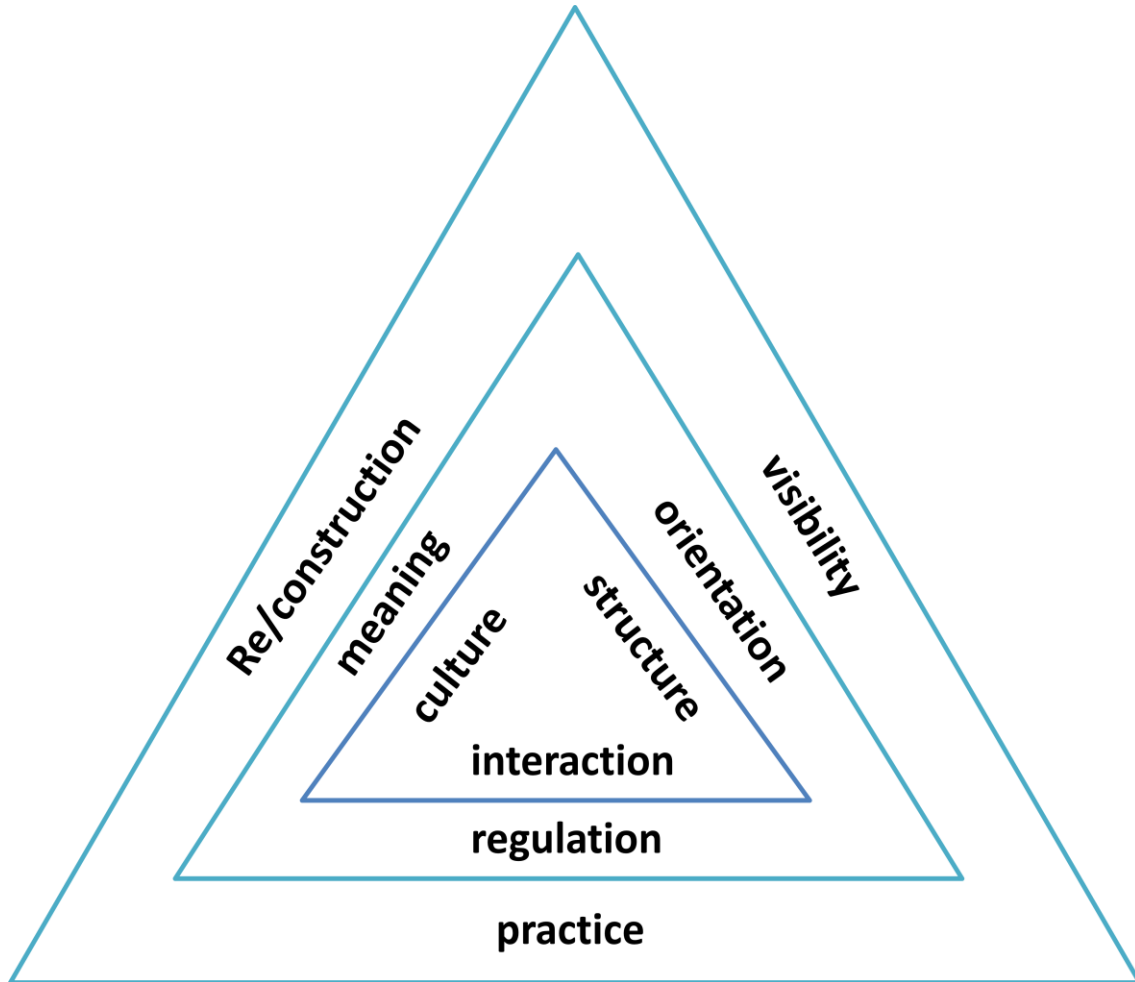
وبسبب الطبيعة العلائقية والاجتماعية للفايسبوك، الباحثون المهتمون بدراسة الأنشطة في هذا المجال سرعان ما وجدوا أن الدراسات التي تقوم على وصف خصائص المستخدمين وأنماط استخداماتهم، والتي تقوم بتحليل ما يتم نشره عبر هذه الصفحات لا يمكن إلا أن تخدش الجانب العلائقي الاجتماعي، فالدراسات التي تعتمد على الجانب النوعي (الكيفي) (qualitative studies) من الممكن أن تكون أكثر فعالية في مثل هذه الحالة، وحتى التحليل الكيفي التقليدي الذي يوفر أداة ميدانية ممتازة للباحثين لدراسة العلاقات الاجتماعية، في الواقع، ليس كافيا لدراسة ذلك في الفايسبوك، فالملاحظة هنا هي غير كافية لضخامة المنشورات والمشاركات هي معقدة وبالتالي الباحثين بحاجة إلى تحليل الشبكات الاجتماعية بمنهجيات وتقنيات جديدة تساهم في تحليل العلاقات وتنظيم البيانات، فأنشطة الفايسبوك لا يمكن السيطرة عليها فهي متسارعة وهذا نظرا أيضا لميزة التفاعلية التي لم يعد المستخدم على إثرها سلبيا أبدا، فهو ينشر ويستقبل في وقت واحد². تبعا لكل ما تم ذكره من خصائص ومميزات فريدة بات الفايسبوك يعرف رواجاً لا مثيل له حيث أصبح مهيماً مقارنة ما باقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى التي لم تصل إلى درجة أن تصبح شريكا في حياة الناس اليومية بنفس الدرجة التي أدمج الفايسبوك بها في حياة الناس.

¹ Mark Johns, Shing-ling-Chen, Laura Terlip, op cit., p 44

² Ibid, p 45.

2- نموذج بناء الحقيقة الاجتماعية في الفضاء الافتراضي:

وضع كل من الباحثين بودرو (Baudreau) ونيومان (Newman) طرحا منهجيا جديدا لما يعرف ببناء الحقيقة الاجتماعية في الفضاء الافتراضي، هذا الطرح الذي يشرح ويحلل العناصر التي على أساسها يتم هذا البناء، وهذا وفقا لتأثير عاملين هامين هما الزمان والمكان حيث اعتمد الباحثان في تقديم مختلف تفسيراتهم وتحليلاتهم حول هذا الموضوع على مختلف الآراء والدراسات التي قُدمت من طرف باحثين آخرين أمثال: مانويل كاستل (Manuel Castells) وغيدنز (Giddens)، ليفيف (Lefebve)، وغيرهم، حيث يمكن إبراز ذلك من خلال الشكل الآتي:



الشكل رقم (5): الحقيقة الاجتماعية في الفضاء الافتراضي.

هذا الشكل الذي تم إدراجه يشمل مختلف العناصر التي تم تحديدها من طرف الباحثان والتي من خلالها يمكن دراسة أي ظاهرة اجتماعية في البيئة الافتراضية مع احترام السياق الحالي، كما يساعد في فهم مختلف أنماط الاتصال الإلكتروني، وعن طريق دمج شروط التكنولوجيا في العناصر الأساسية للبناء يمكن لنا فهم الحقيقة الاجتماعية في هذا الفضاء، فالعناصر المركزية هنا هي: **البناء والتفاعل الاجتماعي، والثقافة،** مع ضرورة تسليط الضوء أكثر على **التفاعل الاجتماعي**، فهو الذي يُشكل القاعدة، فمن دونه لا يمكن بناء الحقيقة الاجتماعية¹، وسنلاحظ من خلال التطرق إلى مختلف عناصر هذا النموذج المنهجي أن التفاعل الاجتماعي يدخل ويتخلل مختلف هذه العناصر حيث لا يمكن الفصل بينه وبينها، فهو نقطة الارتكاز في هذا البناء.

هذه المثلثات الثلاث المتداخلة مع بعضها البعض، تجسد منهجية صالحة لوصف التفاعل بين البناء والجوانب الثقافية، وكذا العلاقة بين العناصر المركزية، وتأثير كل منها على الآخر وعلاقة كل هذا بالبناء الاجتماعي للحقيقة في الفضاء الافتراضي، فمن الناحية العملية يمكن استخدام المثلثات بشكل منفصل من خلال تتبع مختلف الأبعاد، حيث كما هو موضح في الشكل السابق؛ يشمل المثلث الأول الذي يعتبر هو المركز الأبعاد التالية: **التفاعل، الثقافة والبناء**، بينما يشتمل المثلث الثاني على كل من: **المعاني، التنظيم، والاتجاه**، في حين نجد أن المثلث الأخير يتضمن: **الممارسة، المنظورية أو الرؤية** التي تعوض عنصر المكان، وكذا إعادة البناء، فعلى سبيل المثال يمكن دراسة: الفضاء ضمن سياق الاتصال الافتراضي باعتباره ظاهرة يمكن تتبعها عبر الزمان والمكان من خلال التركيز على عنصر واحد من المثلث، مثل: وضعية الاتصال وربطها بالتمثيلات **والمكان (الرؤية)**، وهذا باستخدام الترتيب من الداخل إلى الخارج².

في ما يلي من مباحث سوف نحاول التعمق في أهم العناصر المكونة لهذا البناء مع العلم أن هناك عناصر متضمنة في بعضها البعض كما سبق وأن ذكرنا.

¹ Stine Gotved, time and space in cyber social reality, new media and society, vol :8(3), Sage publication, London, 2006, p 482.

² Idem. (بتصرف).

3- البناء الاجتماعي للشبكات:

"تتكون الشبكات كبناء اجتماعي من 3 عناصر تتمثل في: العقد، الروابط، والتدفقات:

والعقدة هي نقطة محددة موصولة بنقطة أخرى على الأقل، مع أنها كثيرا ما تكون نقطة تربط بين نقطتين أخريتين أو أكثر، أما الرابط فيصل عقدة بأخرى والتدفق هو ما يمر بين العقد، ومن خلالها على طول الرابط، ومثال ذلك: أن نَعُدَّ مجموعة أصدقاء شبكة، يمثل فيها كل صديق عقدة موصولة بصديق آخر على الأقل، لكنها موصولة عادة بأخرين كثر، هم أيضا مترابطون على نحو مستقل مع طرف آخر والاتصال المنظم بين هؤلاء الأصدقاء إما بالكلام أو عبر نشاط آخر سواء كان مباشرا أو بواسطة تقانة هو الرابط الذي يصل بينهم، وما يمر بينهم من ثرثرة وصدائة حميمية، وتأييد وحب وعون هو التدفق.

ويقترن كل عنصر من هذه العناصر بعدد من المتغيرات التي تحدد مجتمعة ميزة أي شبكة بعينها، وتكون العقد كالأصدقاء، الحواسيب والشركات قوية أو ضعيفة، نشيطة، أو ساكنة، ثابتة أو متحركة، دائمة أو وقتية، شبكة مصادر أو شبكة معلقين لشتى أنواع التدفقات، ويمكن أن تكون الروابط (كالمراسلة مثلا) قوية أو هشة، خاصة أو عامة، مفردة أو متعددة، ضئيلة أو مكثفة ومتوازية أو متداخلة أما التدفقات (مثل الثرثرة، البيانات) قد تكون غزيرة أو متدنية، مطردة أو متقطعة، أحادية الجانب أو متبادلة الاتجاهات، متوازنة أو مختلة التوازن، ذات معنى أو لا معنى لها، فميزات الشبكة إذن تحددها العناصر المكونة لها¹.

ويشير مانويل كاستل (Manuel Castells) إلى أن البناء الاجتماعي يتكون من خلال التفاعل بين علاقات: الإنتاج، الاستهلاك، الخبرة، والقوة، حيث يتم إنتاج المعنى باستمرار وإعادة إنتاجه من خلال التفاعل الرمزي بين الجهات الفاعلة التي تتحكم في هذا البناء، بحيث تستطيع تغييره أو إعادة إنتاجه، ومن خلال التفاعل الرمزي يتم العمل على توطيد المعاني المشتركة من

¹ دارن بارني، المجتمع الشبكي، مرجع سبق ذكره، ص 31.

خلال الممارسات التي تكون مكانية وزمانية (spatio-temporal)، والتي تخلق الثقافات التي هي نظم القيم والمعتقدات التي تبني مدونات السلوك (codes of behavior)¹.

فالأثر المباشر لشبكة المعلومات على البنية الاجتماعية يتعلق بالقوة، التي كانت تعتبر جزءاً لا يتجزأ من السلطة في المؤسسات والمنظمات التي تنتظم على أساس التسلسل الهرمي في المراكز، كما تعد القوة من عمل البشر على البشر لفرض إرادة بعضهم على بعض من خلال العنف الرمزي الفعلي أو المحتمل، فكل مرحلة تاريخية كانت تفرض علاقات قوة معينة، وتضع الضوابط التي تحقق مآربها من خلالها، أما في مجتمع الشبكات فقد تم حل هذه المراكز، مما أحدث خلافاً في التسلسل الهرمي، وهذا ما صَعَّب عملية ممارسة السلطة في المجتمعات الافتراضية تحديداً، فالتكنولوجيا ككل أصبحت تلعب دوراً حاسماً وأساسياً في تأطير العلاقات، مما يحقق عملية إعادة الإنتاج الإنساني (إنتاج المعلومات وتوليد المعرفة)، أي أن التكنولوجيا كأداة مادية أصبح الأفراد في خضمها ينتجون المعنى، ويعيدون إنتاجه من جديد بغض النظر عن الطبقات التي ينتمون إليها². فالنظم التي كانت تتحكم في هذه العملية أصبح من الصعب عليها تحقيق ذلك في سياق عالم الشبكات.

4-الاتصال الافتراضي:

1.4. حتمية الاتصال الافتراضي:

لقد ظهرت الإنترنت وانتشرت بشكل جماهيري في مختلف دول العالم وبصورة غير مسبوقه وفي زمن قياسي، حيث أن تكنولوجيا المعلومات قدمت شكلاً جديداً بالكامل من أشكال التواصل البشري، والمشاركة الجماعية، فهي نظام اتصالي يقوم على مبادئ مختلفة عن النظم التقليدية³ على اعتبار أن هذه الوسيلة تجمع ما بين الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي.

¹ Manuel Castells, materials for an exploratory theory of the network society, British journal of sociology, vol No= 51, London, (January, March), 2008, p 7.

² Idem.

³ جلييلة عبد الله خلف، الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية: دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية (نسيج، محيط، بوابة)، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، بيروت، 2014، ص34-36.

" الظاهرة الاجتماعية اليوم بمختلف جوانبها الثقافية، التقنية، السلوكية والاقتصادية، السياسية والقانونية، أصبحت لا تتمثل فقط في إطار المجتمع البشري الطبيعي، وإنما أصبحت تتمثل أيضا صناعيا (رمزيا، رقميا، آليا) بمختلف تلك الجوانب الأصلية، فالكومبيوتر اليوم هو جزء لا يتجزأ من مركب التفاعل الاجتماعي أين أصبح الإنسان في هذه البيئة الإلكترونية يملك ذاتا افتراضية"¹.

أولدنبيرغ (Oldenburg) وهو باحث ألماني، تحدث عن ما أسماه بـ "الأمكنة الثالثة" التي يرتاح فيها الناس من الأعباء اليومية، فيجلسون فيها ليتحدثوا بارتياح عن أمورهم الخاصة ويتخلصون من قيود العمل، والشكليات الرسمية، وغيرها، مثل: الأندية الشعبية، والساحات العامة... الخ، ف **أولدنبيرغ (Oldenburg)** لاحظ انكماش هذه الأمكنة خاصة في المجتمعات الحديثة، فهو يرى أن هذا النوع من الفضاءات مهم جدا في تكوين المجتمعات البشرية في شكل جماعات مترابطة تجمعها مصالح واهتمامات اجتماعية بحتة، مما يُقوي من طابع التشارك فيما بينهم. فالروابط الاجتماعية في هذه الأمكنة تفرز قوتها، وتربط الناس بعلاقات لا يمكن تكوينها في غيرها من الأمكنة الرسمية، الأمر الذي جعل المجتمعات الافتراضية تلقى رواجاً وقبولاً لدى المستخدمين للشبكة، حيث ظهرت "أمكنة ثالثة رقمية"، مثل: غرف الدردشة، الإيميل والمجموعات، الشبكات الاجتماعية...، وفي هذا الصدد نجد **راينجولد هوارد (Howard Riheingold)** يقول أن:

" المجتمعات الافتراضية هي رد فعل واستجابة لجوع الناس وافتقارهم للمجتمع المحلي بعد تفرق وتفكك المجتمعات المحلية التقليدية"².

وإذا تحدثنا عن الدول العربية وموقع الأفراد من مسألة الأمكنة الثالثة، نجد أن الأمر يتجاوز هذا قطعا ليذهب إلى أبعد من ذلك، فواقع المجتمعات العربية هو "واقع مُغرب، يحيل الشعب بطبقاته، وفئاته المحرومة إلى كائنات عاجزة لا تقوى على مواجهة تحديات العصر فالتطبقات الحاكمة تسيطر على حياة الفرد ولا يسيطر هو عليها، فيعمل في خدمتها ولا تعمل في خدمته فيجد

¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي: مقارنة في علم الاجتماع الغربي والاتصال عبر الحاسوب، د.ط، عالم المعرفة، الكويت، يناير 2008، ص 23.

² المرجع نفسه، ص 63-64.

الفرد نفسه مضطرا للتكيف مع واقعه بدلا من العمل على تغييره¹، فالفرد العربي وفقا لهذا هو "كائن مغترب عن نفسه ومجتمعه ومؤسسته، يعاني من زعزعة القيم والمفاهيم التي تتجلى في ازدواجية التمسك بالتقاليد المتوارثة من ناحية، والإقبال على تبني كل ما يأتي من الخارج من ناحية أخرى"².

لربما هذا جانب مهم من الجوانب التي جعلت الأفراد في مختلف الدول العربية يقبلون على الانضمام إلى المجتمعات الافتراضية بتعدد أنماطها، هذه المجتمعات التي أصبح الفرد فيها يتمتع بهامش من الحرية في التعبير وإبداء الآراء بشكل لم يكن ليظفر به في وسائل الإعلام التقليدية ناهيك عن إمكانية التفاعل الاجتماعي مع الآخرين، والمقدرة على توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية من خلال البيئة الإلكترونية التي سهلت التعامل بين الناس من دون أن تلغي هذه الجوانب الايجابية ما هو سلبي في تأثير هذه الفضاءات الرقمية، خاصة على الواقع الحقيقي للناس ككل، غير أن اتصالاتنا اليوم لا تخلو من النمط الإلكتروني الذي أصبح يفرض نفسه على حياة الناس وبقوة، في حين أن هذه الأمكنة الثالثة بالنسبة لبعض المجتمعات العربية تعتبر قليلة من ناحية، ومن ناحية أخرى، تعتبر في أغلب هذه الدول متاحة للذكور من خلال الأماكن العامة المقاهي، الشارع... أكثر من الإناث اللواتي كان يتجسد هذا الفضاء بالنسبة لهن من خلال القرابة والمناسبات العائلية التي تفتح لهن المجال لمثل هذه النشاطات الاجتماعية، مما لا يخفف فقط من الأعباء اليومية وإنما يفتح أبوابا للنقاش حول مختلف المظاهر الاجتماعية بين الناس، وكفضاء للتعبير عن الذات أيضا.

¹ حليم بركات، المجتمع العربي المعاصر: بحث استطلاعي اجتماعي، ط6، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001، ص555.

² المرجع نفسه، ص556.

2.4. خصائص الاتصال الافتراضي:

أحدث الاتصال الافتراضي تغييرات مختلفة عن الاتصال التقليدي، والتي يمكن إبرازها من خلال ما يتميز به هذا النمط من الاتصال من خصائص هامة والتي يمكن إجمالها في ما يلي:

1.2.4- الخصائص من ناحية عناصر العملية الاتصالية الإعلامية:

- "المرسل: أصبح أي شخص يتصفح الإنترنت يستطيع أن يشكل رسالة اتصالية وبيئتها في الحال، حتى ولو لم يكن يمتلك مهارات إعداد الرسالة الإعلامية، فأى شخص يمكن أن يكون صحفياً، كما أن المرسل تحول إلى متلق في آن واحد¹.
- الرسالة: تغير شكلها وصياغتها، حيث أصبحت تجمع بين ما هو مرئي ومطبوع، ومسموع عن طريق ما يعرف بالوسائط المتعددة، حيث يستطيع الفرد أن يقرأ النص ويستمع إلى الصوت ويشاهد الصورة في آن واحد، كما تغيرت طريقة معالجة النصوص التي أصبحت تتم عبر النص التشعبي (Hyper text).
- المتلقي: أصبحت له المقدرة على المشاركة الفعالة في العملية الاتصالية، فالجمهور أصبح يسعى للحصول على المعلومات واختيار الوقت المناسب لها، فالتمييز بين المرسل والمتلقي اليوم أصبح أمراً صعباً؛ فالمرسل أصبح متلقياً والمتلقي مرسلًا، وبهذا أعطت الإنترنت بعداً جديداً لرجع الصدى الذي كان شبه غائب في وسائل الإعلام التقليدية، بينما تميز الاتصال عبر الإنترنت بالفورية والمباشرة، ليقترب أكثر من نظيره الشخصي، فالتفاعلية هنا هي أهم سمة لهذا الاتصال.
- الوسيلة: في وسائل الإعلام التقليدية يتم التركيز على مخاطبة حاسة واحدة في الغالب، وربما حاستين، فالصحافة تخاطب البصر، والراديو السمع، والتلفزيون البصر والسمع، أما الإنترنت فجاءت لتخاطب الحواس الإنسانية ككل، ومدركات الفرد العقلية عبر الوسائط المتعددة (multimédia) التي تفرض أنماطاً من الاستيعاب والسلوكيات والاستجابات المتباينة².

¹ جلييلة عبد الله خلف، الوظيفة الإخبارية للبوابة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص32.

² المرجع نفسه، ص32-33.

2.2.4. الخصائص من الناحية الاتصالية بين الأفراد:

- قام الاتصال الافتراضي بتوسيع مجال الكتابة، حيث عزز من الاتصالات النصية (the text-based-communication) على حساب الأنماط الاتصالية الأخرى واستطاع أن يتضمن جميع مجالات الاتصال التي كانت محدودة في الاتصال المواجهي والإيميل والتلفون... فأشكال التفاعل تغيرت.
- الأشخاص هم أحرار في وضعهم الاجتماعي، لأن هذا النوع من الاتصال لا يظهر معلومات وسمات خاصة كالصوت والتعبير الجسدية، حيث تنقلص هنا الجوانب التعبيرية للاتصال غير اللفظي.
- هذا الاتصال يقلل من أنماط التمييز بين الجماعات البشرية، هذا التمييز الذي كان قائماً في وقت مضى على أساس كل من: الجنس، الوضع الاجتماعي والاقتصادي، حيث يتم التفاعل بين كل الأشخاص دون هذه الاعتبارات.
- الاتصال الافتراضي حطم التسلسلات الهرمية في المجتمع (تقلصت الفروق بين الطبقات الاجتماعية).
- الاتصال النصي أي المكتوب يزيد من التفاعل مع الأفكار من خلال النقاشات بالتركيز على الرسالة أكثر من المرسل، وعلى الأفكار المهمة والمفاهيم المعبرة التي تسعى إلى إيصال رسالة معينة إلى الآخر.
- من الجوانب الهامة النفس اجتماعية في الاتصال الافتراضي أنه هناك قدرة جد عالية على ضبط الفرد لصورته التي يقدمها للآخر¹.
- في معظم الحالات الهوية المتاحة المقدمة للآخرين هي هوية الاسم فقط (اسم المستخدم) والذي هو في أغلب الحالات خيالي حسب العديد من الدراسات، فالاتصال الافتراضي يتميز بعدم الكشف عن الهوية المطلقة، حيث يتم في بعض الأحيان بناء ذات وهمية خيالية، فالمستخدمون من خلال الاتصال النصي يقومون بإعادة اختراع أنفسهم وبناء

¹ Ileana Cristina Rotaro, virtual communication: the impact of the new informational and communicational technologies in contemporary educational space, translation to English Gigel Mihaita, 1st Ed, Bucharest, 2010, p 55.

مشاعر، أفكار، وضعية اجتماعية أخرى..، فإنسانيتهم بأكملها يمكن أن تتغير فهم يستطيعون التلاعب بصورهم الذاتية أحسن من الحالات التي يكونون فيها في اتصال مواجهي، حيث يقدمون أنفسهم في الهيئة أو الشخصية التي كانوا يرغبون في أن يكونوا فيها، وهذا يتفق مع الطرح الذي قدمه **غوفمان (Goffman)** ويرجع هذا إلى الحرية المطلقة التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال الافتراضي، الحرية التي يمكن أن نسميها ب"الحرية السامة" بسبب غياب التحكم والضبط الذاتي بين المتحاورين، وهذه المشكلة أثارت جدلا كبيرا في العديد من الدراسات من ناحية المعايير الاجتماعية والهوية والوعي وكذا الإنسانية والالتزام¹.

- من الجوانب الهامة التي ترتبط بالاتصال الافتراضي نجد مسألة المصادقية والثقة، فهناك -كما أشرنا في السابق- عدم وجود الإشارات اللفظية (رنة الصوت، اللهجة، حركات التعبير، الخطاب الأخلاقي...)، وكذا الإشارات البصرية (لغة الجسد، اتصال العيون...) وكذا الإشارات الاجتماعية (المكانة الاجتماعية، الجماعة المرجعية)، وكذا الإشارات الجسمانية (العمر، الجنس ولون البشرة، الشعر...)، هذا كله يرتبط بعامل الثقة مما يؤثر على نوعية الاتصال في البيئة الافتراضية مع احتمالية أكبر لعدم الثقة وسهولة كسر الالتزام.

3.4. الاختلافات في التأثير بين الاتصال الافتراضي والاتصال المواجهي:

بيشيري وليفون (**Lev-on & Bicchieri**) (2007) حددوا فروقات الاتصال ما بين المواجهي والافتراضي من حيث تأثيرات الاتصال في نقاط عدة من أبرزها:

- تأثيرات الاتصال الافتراضي تتفاوت وفقا لقناة الاتصال، فالمؤتمر عن طريق الفيديو هو أقرب للاتصال المواجهي (face to face communication)، فبعض أنواع الاتصال الافتراضي تعيد إنتاج نفس مميزات الاتصال المواجهي.
- عند عرض الأزمات والمشكلات الاجتماعية الاتصال الافتراضي تكون له قوة تأثيرية أكبر.

¹ Ibid, p 56.

- تحقيق التعاون والتآلف واتجاه شيء ما أو موضوع معين يتطلب وقتا طويلا في الاتصال
المواجهي في ظل غياب الاستمرارية عكس الاتصال الافتراضي¹.

4-4- أنواع الاتصال الافتراضي:

إذا انتقلنا للحديث عن أنواع الاتصال الافتراضي يمكننا تمييز شكلين لهذا النمط الاتصالي
على النحو التالي:

1.4.4. الاتصال المتزامن (synchronous):

ينتج عندما يتم الاتصال في وقت واحد بين شخص وآخر كما هو الحال في المكالمات
الهاتفية، أو بين شخص وآخرين كما هو الحال في الاتصال الوجهي ولكي يكون المستخدم
متزامنا يجب أن يكون مرتبطا بشبكة الإنترنت في الوقت الحقيقي للاستخدام². بالتعبير المتعارف
عليه حاليا يجب أن يكون الفرد "online". والشكل الحديث للاتصال المتزامن هو استخدام
الإنترنت عبر الهاتف أين تتاح الفرصة ليس للتراسل النصي فقط، وإنما الصوتي أيضا مع
شخص أو عدة أشخاص في نفس الوقت.

"يشير نيوهاغن (Newhagen) إلى أن أهم سمات الاتصال المتزامن تتمثل في: النصية
الفائقة، التفاعلية، التبادلية، المرونة في الاتصال"³، مع غياب بعض مميزات الاتصال الهامة على
غرار "تعبير الوجه، الشكل، نبرة الصوت...، هذا تبعا لطبيعة الاتصال الإلكتروني الذي يستخدم
في أغلب الأحيان النمط النصي الذي يعتمد بدوره على الاختصارات اللغوية، والتعبير العاطفية
الإلكترونية، فمن أبرز الاختصارات اللغوية المستخدمة في اللغة الإنجليزية نجد مثلا:

See you later /CULBR / CU -How are you /how RU-To be /2 B

¹ Ibid, p 57.

² Carlo Glimberti, Giuseppe Riva, computer-mediated-communication: social interaction in an electronic environment, journal of genetic, social and general psychology monographs, Heldref publication, 124, 1998, p 17.

³ Ibid, p 19.

الاختصارات المماثلة التي ندرج بعضها في الجدول الآتي:
 " In my humble opinion/ IMHO - With respect to/ WRT " ¹، وهناك العديد من

جدول رقم(1): بعض الاختصارات المستخدمة في لغة الدردشة الإلكترونية ²

AAM	All about me	كل شيء عني
B4	Before	قبل
BB	Be back	سوف أعود
C/P/S	City or contry/ profession or status married or single	المدينة أو البلد/الوظيفة أو الوضع الاجتماعي/ متزوج أم أعزب
D8	Date	موعد، تاريخ
EZY	Easy	سهل
F2F	Face to face	وجها لوجه
GD	Get digital	كن دقيقا
LOL	Laughing out load	يضحك بصوت عال
PAL	Parents are listening	الأهل يسمعون
ROFL	Rolls on floor laughing	يتدحرج على الأرض ضاحكا
TM	Trust me	ثق بي
WB	Welcome back	أهلا بك مجددا

كما نجد استخدام الاختصارات شائعا أيضا بين مستخدمي اللغة العربية لكن مكتوبة بنمط أجنبي على سبيل المثال: الحمد لله hmd، سلام Slm، وغيرها من التعابير. إضافة إلى استخدام الرموز والإشارات التي تضيء البعد العاطفي على الرسالة النصية والتي نجد من أبرزها: الوجه المبتسم ☺ للتعبير عن المشاعر الإيجابية، والوجه الحزين ☹ للتعبير عن المشاعر السلبية ³ فهذه التعابير تحاول تعويض الدلالات غير اللفظية التي لا يمكنها أن تبرز خلال المحادثة الافتراضية التي لا تتضمن الجانب المادي للأشخاص، وبالتالي يكون التركيز على الداخل أكثر من الخارج.

¹ Ibid, p 20.

² نديم منصور، سوسيولوجيا الإنترنت، سلسلة اجتماعيات عربية (4)، ط1، منتدى المعارف، بيروت، 2014، ص104.

³ Carlo Glimberti, loc.cit.

2.4.4. الاتصال غير المتزامن (asynchronous):

الشكل الأكثر شيوعاً لهذا النوع من الاتصال هو البريد الإلكتروني، عندما يترك الشخص رسالة إلى المستقبل الذي سيفتحها في وقت لاحق، مع احتمالية فتحها في الوقت الحقيقي أيضاً وهناك نوع أكثر تعقيداً للاتصال غير المتزامن وهو المجموعات الإخبارية الإلكترونية أين يمكن للمستقبل تلقي ونشر الرسائل¹.

5- التفاعل الاجتماعي الافتراضي:

يُعنى بالتفاعل كمفهوم " ذلك التأثير المتبادل بين نظامين أو أكثر، وهو العلاقة بين طرفين فردين أو جماعتين أو فرد وجماعة، والتي تجعل من سلوك أي منهما منبهاً لسلوك الآخر وجميع المواقف الاجتماعية من هذا النوع"²، وكما يُعرَّف بأنه: " العملية التي يرتبط بها أعضاء الجماعة بعضهم مع بعض عملياً وواقعياً، وفي الحاجات والرغبات والوسائل والغايات والمعارف"³.

و يُعرَّف التفاعل الاجتماعي أيضاً بأنه:

" مجموع العمليات المتبادلة بين طرفين اجتماعيين " (أو أكثر) " في موقف أو وسط اجتماعي معين، بحيث يكون سلوك أي منهما منبهاً أو مثيراً لسلوك الطرف الثاني، ويجري هذا التفاعل عادة مع وسيط معين، ويتم خلال ذلك تبادل رسائل معينة ترتبط بغاية أو هدف، وتتخذ عمليات التفاعل أشكالاً ومظاهر مختلفة إلى علاقات اجتماعية معينة⁴. فالتفاعل بشكل عام هو نوع من التأثيرات والاستجابات حيث تستثيره حاجات معينة: كالحاجة إلى الانتماء، إلى الحب، إلى التقدير والنجاح... الخ، ومن شروط حدوث التفاعل نجد:

¹ Ibid, p17.

² سمير سعيد حجازي، معجم المصطلحات الحديثة في علم النفس والاجتماع ونظرية المعرفة، ط1، دار الكتب العلمية، لبنان، 2005، ص 174.

³ فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص164.

⁴ اسماعيل محمد الزبود، علم الاجتماع، د ط، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2010، ص86.

- أن يكون التفاعل متبادلا أي أن تكون الاستجابات متبادلة.
- توفر وسط أو موقف اجتماعي ليحدث التفاعل.
- توفر التعزيز لضمان تكرار الاستجابة الهادفة.
- الدور والمركز.
- التوقعات المشتركة.
- القيم الاجتماعية السائدة وقواعد السلوك المتعارف عليها.
- نظام التعزيز السائد.
- القرب والبعد ونمط التواصل.
- حصول عملية النماء الاجتماعي التي هي محصلة عملية التعلم لأنماط السلوك¹.

وكما أن التفاعل يعني " كثيرا من عناصر التكون والتشكل ونموذج الهيئة المتكاملة للمجتمعات ويعني أيضا آلية التعامل بين هذه العناصر، كما يعني المركب الأعلى للمجتمع في شكله التطوري بما يحافظ على وجوده ككيان متميز عن الكيانات الأخرى الشبيهة. ولا شك أن من أهم العناصر المقصودة هنا: **العلاقات** التي تفرز بين أفراد المجتمع وجماعته بما يؤدي إلى ظهور عنصر آخر وهو **التنظيم** الذي يؤطر² أو يعطي العلاقات الاجتماعية شكلها البنائي، كذلك عنصر **أشكال التعامل**: التقاليد المتبعة، العادات المألوفة، الأعراف المشكلة، والسياسات واللوائح والقواعد التي لا بد لأفراد المجتمع وجماعته من التقيد والالتزام بها بصورة أو بأخرى، ليكون المجتمع ذا اعتبار موحد بين جميع أعضائه³.

والحديث هنا عن التفاعل يعتبر ذو صلة وثيقة بالاتصال، هذا الأخير الذي يعتبر في حد ذاته نوعا من البناء الاجتماعي، فهو قنوات وصل ومحتوى من المعلومات والاستجابات المتبادلة إنه يُكون في بنيته خيوطا متواصلة للتفاعل بحيث يمثل أشياء معينة ويجسدها في آليته مثل: الفهم المشترك، الثقافة المشتركة كبيئة من التراكم والتدفق المعرفي في الزمان والمكان المشتركين بين

¹ إسماعيل محمد الزبود، المرجع السابق، ص 87-88.

² علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 99.

³ المرجع نفسه، ص 100.

المتفاعلين، إلى جانب درجة التطور المشتركة لدى مختلف أعضاء المجتمع، وهذه في حد ذاتها على مستوى من الأهمية، فهي تسهل الاتصال وبلوغ الغايات المعرفية والمعلوماتية¹. وهذه العلاقة نجدها مُؤكِّدٌ عليها عند عدد كبير من الباحثين على اختلاف اهتماماتهم واتجاهاتهم العلمية ف **تشومسكي (Chomsky)** يعتبر أن الاتصال هو عملية تفاعل بين طرفين لأنه لا يقف عند حد تبادل المعلومات، فحتى تتجح العملية لابد من أن يكون هناك اتصال حقيقي بين الباث والمستقبل كما يجب أن تتوفر فرصة رجوع الصدى وتبادل الآراء وهذه المكانة التي يوليها **تشومسكي (Chomsky)** للتفاعل وعلاقته بالاتصال نجدها أيضا عند علماء الاجتماع على غرار **شارلز كولي (Coley Charles)**، و**جون ديوي (John Dewey)** اللذان يعتبران أن الاتصال "عملية اجتماعية تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس"²، وهي عملية تفاعل بين طرفين وضرورة من ضروريات الحياة الاجتماعية، فالإتصال من المنظور السوسولوجي هو عملية اشتراك ومشاركة في المعنى من خلال التفاعل الرمزي، كما نجد الباحث **جيربندر (Gerbner)** يشير إلى أن الاتصال هو "صورة من صور التفاعل الاجتماعي، وهو العملية التي يتفاعل بها مختلف الأطراف من خلال الرسائل في سياقات اجتماعية معينة"³.

وتبعاً لهذا فإن التفاعل "يتشكل من خلال ترابط الأفراد ببعضهم البعض بجميع الطرق الممكنة، العيش معاً، ردود الفعل.... إلخ، وهذا ما يجعل الفرد يكتسب تجربة وخبرة معينة في المجتمع من خلال التواصل المستمر مع الآخرين"⁴.

ويعتبر التفاعل الاجتماعي هو محور الحركة والتنظيم، والتطور في المجتمعات الافتراضية مثل أسلافها من المجتمعات الطبيعية في واقع الحياة اليومية⁵، أين تتجسد من خلالها الثنائية التي تربط بين الاتصال والتفاعل، ففي المجتمعات الافتراضية يتم التركيز أكثر على العلاقة بين

¹ علي محمد رحومة، المرجع السابق، نفس الصفحة.

² ثريا السنوسي، الاتصال التفاعلي في تونس، أشغال ملتقى: الاتصال والشباب والميديا، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، مؤسسة كونراد أديناور، وحدة البحث في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تونس، 2010، ص 147.

³ المرجع نفسه، ص 148.

⁴ Stine Gotved, time and space in cyber social reality, op.cit, p 471.

⁵ علي محمد رحومة، المرجع نفسه، ص 99.

هذين المفهومين من خلال مفهوم **الاتصال التفاعلي**؛ والذي يعتبر "اتصالاً تبادلياً ذو اتجاهين يتم بين المرسل والمستقبل والذي من الممكن أن يكون تزامنياً أو غير تزامني، ويكمن جوهر هذا الاتصال التفاعلي في الاستجابة التي بدونها لا يتم التفاعل، والتي من خلالها يمكن للمستقبل تعديل أو تغيير شكل ومضمون الرسالة الاتصالية الموجهة إلى المرسل مرة أخرى"¹.

ففي وضعية الاتصال الإلكتروني (الافتراضي) أو كما يسميه البعض الاتصال عبر الحاسوب (online communication) (computer-mediated-communication) يكون الفرد معرضاً لاكتساب الخبرات حول مختلف المواضيع بصفة أكبر بالنظر إلى التدفق المعلوماتي غير المحدود، ففي حالة المجتمعات الافتراضية نجد أنفسنا نتحدث عن ما يعرف بـ **التفاعل الاجتماعي الافتراضي؛ وهو الذي يكون بين الحاسوب والإنسان وبين الإنسان والإنسان عن طريق الحاسوب، فالتكنولوجيا هي الوسيط هنا كما أن الخيال والتفسيرات التي يعتقدها الأفراد هي التي تلعب دوراً كبيراً في تحديد نمط هذا التفاعل، فالشبكات الاجتماعية مثلاً هي جزء من مجتمعنا الآن حيث تتم ممارسة الفاعلين لنشاطاتهم الاجتماعية مما يجعلها أداة ليست فقط لبناء المعاني الذاتية لدى الفرد²، "بل حتى لإدارة مختلف أشكال الحياة بما في ذلك بناء مجتمعات بأكملها"³.**

وهناك خمسة عناصر تؤسس للتفاعل بفعل الاتصال في المجتمع الافتراضي:

- **الخلفية:** تمثل المنطلق الأصلي للتفاهم والتخاطب.
- **الحضور:** ويعني التمثل الاجتماعي الذي يشبع حاجة الوجود والشعور بالذات الاجتماعية.
- **الغنى:** وهو ما يتعلق بوسط الاتصال وإيفائه بمتطلبات الاجتماع.
- **المشاعر:** بمعنى تقمص المشاعر وتبادلها، إنها الإحساس بالآخرين عبر التكنولوجيا.
- **الثقة:** وهي عنصر تبادل الاعتماد الشخصي والمعلوماتي.

وستنطرق بشيء من التفصيل إلى أهم هذه العناصر فيما يلي:

¹ مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 1437هـ/2016، ص52.

² Stine Gotved, op.cit, p 471.

³ Manuel Castells, materials for an exploratory theory of the network society, op.cit, p21.

5. 1- الخلفية المشتركة:

يمكن القول أن "خصائص الأوساط المختلفة تؤثر في الاتصال، فهي توفر إطاراً لفهم كيف أن الأفراد والجماعات المشاركة عبر الشبكة في مجتمعات تقنية معينة تُطوّر فهماً مشتركاً في محادثة ما أو مكان ما، هو عينه المقصود في محيطه وبيئته المعينة بينهما، وهذه العملية هي مسألة الخلفية المشتركة، وهي تختلف من حالة إلى أخرى، إذ تختلف في أشكال وتقنيات ونوعيات الاتصال الحاسوبي. ففي وضعية وجه لوجه (نصياً، صوتياً، وربما مرئياً) تختلف مثلاً عن وضعية استخدام التراسل النصي فقط عن الوضعيات التي يدخل فيها الصوت أو الصوت والصورة معاً أو في وضعية الدردشة العامة المفتوحة للجميع، تختلف عن وضعية الدردشة الخاصة في ردهة ما من غرف الدردشة ما بين مشاركين اثنين فقط عن وضعية الدردشة¹ التي يراها الجميع وربما يشتركون فيها.

حجم ونوع الجهد المطلوب لتأسيس خلفية مشتركة يختلف من وسط إلى آخر فتقنية الاتصال التي تفيد في وسط ما قد لا تفيد في وسط آخر، **على سبيل المثال:** لغة الاتصال المختصرة بكلمات وإشارات معينة، والتي تستخدمها جماعة معينة من الأصدقاء في حوارات نصية في بلد ما ربما لا تفهم خارج هذا المجتمع، لذا فإن تكوين خلفية مشتركة هي مهمة صعبة إلى حد ما².

وهذه الصعوبة جعلت بعض الباحثين يؤكدون أن فرص بناء المعاني المشتركة تقل في بيئة الشبكات الاجتماعية، في حين يرى آخرون أنه على العكس من ذلك تماماً، على اعتبار أن هذه البيئة مثلها مثل الحياة الطبيعية تؤسس للمعاني المشتركة بين الناس خاصة إذا كانت تجمعهم مصالح واهتمامات مشتركة، وأن الفضاء الافتراضي يسهل هذه العملية بصفة كبيرة، ويوفر فرصاً لتحقيقها بشكل أسرع وأيسر مقارنة مع ما سبق.

¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 101.

² المرجع نفسه، ص 102.

2..5- الحضور الاجتماعي والحضور الاجتماعي عن بعد:

:(Social presence and telecopresence)

"تحدث نظرية الحضور الاجتماعي (social presence) عن كيف يمكن لوسط اتصال ما أن يوفر معنى مشتركاً بين المشاركين، وإشعارهم بحضورهم الاجتماعي الحقيقي أي الطبيعي وعلى الرغم من أنها تركز على بعض العناصر المتعلقة بالخلفية المشتركة، إلا أنها تساعد في شرح كيف يتأثر السلوك الاجتماعي بخصائص الأوساط المختلفة، بينما الخلفية المشتركة تركز على المحادثة، وبالتالي فإن نظرية الحضور الاجتماعي تركز على عملية إشباع الذات الاجتماعية في حين أن الخلفية المشتركة تختص بإيجاد الوسط الذهني والدلالي للفهم والتأويل، ومن ثم التفاعل وفقاً لذلك بين المشاركين"¹. وقد استخدم الباحث شامبنس (Chamness) مصطلح الحضور الاجتماعي في العديد من الدراسات التي قام بها حول الجماعات في جامعة لندن سنة 1970 وطور هذا المفهوم كل من روني ومهابيان (Runee and Muhabian) اللذان نظرا إلى الحضور الاجتماعي كشكل من أشكال التواصل، حيث عرفاه بأنه:

"درجة بروز الشخص للآخر في التفاعل وما يترتب عن ذلك من حيث العلاقات الشخصية"².

كما نجد أيضا شلورب (Schlorrb) يعرف الحضور الاجتماعي بأنه:

" الحضور المادي في زمان ومكان محددين، يصاحبه الوجود الذاتي في موقع الحدث أين تأخذ عمليات محددة موقعها أو الشخص مواقفه"³.

¹ علي محمد رحومة، المرجع السابق، ص 104.

² Koo Won-Suh, Helen Hasan, Paul couchman, web-mediated-communication (wmc) and social interaction: a social psychological approach, knowledge creation press, whymark ed, Australia, 2003, (pdf file), Selected Papers form the First National Conference on Transformational Tools for 21st Century Minds, <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=3929&context=commpapers>

³ Giuseppe Mantovani, "Real" presence: How different ontologies generate different criteria for presence, telepresence, and virtual presence, he Journal "Presence: Teleoperators and Virtual Environments", 8 (5), 1999, (pdf file), <http://cybertherapy.info/pages/presence.pdf>

وتجسّد هذا المفهوم "يختلف باختلاف الوسائط المستخدمة، حيث تقتض هذه النظرية أن الحضور الاجتماعي يصل إلى أعلى مستوياته في حالة الاتصال المواجهي (face to face) بينما ينخفض مستوى هذا الحضور في حالة الاتصال غير المباشر؛ ويرجع هذا إلى اختفاء عناصر الهوية الشخصية، والمظهر الجسدي"¹ أثناء هذا النمط من الاتصال، وهذا الأخير يعبر عن مصطلح مرادف يتشكل على أساس هذا الوصف وعلى إثر بروز التفاعل الاجتماعي الافتراضي ألا وهو **الحضور الاجتماعي عن بعد (telepresence)** الذي أصبح يعني "شعور المستخدم بأنه يتفاعل ويتصل مع الآخر، فالحضور الاجتماعي عن بعد يرتبط هنا بالفورية التكنولوجية²، ويعني تمثّل للتفاعل الإنساني في السياق الاجتماعي الإلكتروني، حيث لا يشترط فيه التواجد المادي وهو الوضعية التي يرتبط فيها الأفراد ببعضهم البعض، بينما هم في الواقع منفصلين مكانياً في مواقع مختلفة، ومتصلين مع بعضهم من خلال الأجهزة الإلكترونية (هاتف محمول، لوح إلكتروني- كمبيوتر...)، ويتم هذا الاتصال في وقت واحد³، أي أنه يشترط التزامن في الاتصال.

"فالحضور الاجتماعي عن بعد هو حضور تكنولوجي يجسد انعكاساً مشتركاً بين الذات المشتركة بين المشاركين وآلية التواصل الإلكتروني بينهم"⁴.

وتقترن حالة التواجد الاجتماعي عن بعد حسب الدكتور **طه عبد الرحمن** مع ما يطلق عليه مصطلح **"التكشّف"**؛ الذي لا يعتبره مسألة سلوكية فقط في المجتمع المعاصر وإنما مسألة وجودية حيث يقول أن بيان ذلك أن التكشّف هو خروج إلى **"الظاهر"**، وقد أُطلق على هذا الخروج اسم **"الظهور"** الذي يقابله في اللغة الانجليزية **"Visibility"**، وفي اللغة الفرنسية **"Visibilité"**، أما ترجمته الحرفية في اللغة العربية هي **"المنظورية"**، فيكون الظهور عبارة عن **"المنظورية"**، فقد أضحي **"الظهور"** و**"الوجود"** حسبه في هذا المجتمع التكتشي ركنين متلازمين، فلا وجود بغير ظهور ولا ظهور بغير وجود؛ إذ يتعين على كل فرد أن يتكشّف ويُنظَر إليه حتى يعتبر

¹ سلطان بن موسى العويضة، علاقة الاتصال المفضل الشائع بكل من القلق الاجتماعي والشعور بالوحدة وكشف الذات: لدى عينة من طلبة جامعة عمان الأهلية، دراسات، العلوم التربوية، المجلد 36، 2009، ص 416.

² Giuseppe Mantovani, loc.cit.

³ Shanyang Zhao, the digital self : the looking glass of telecopresence others, journal of symbolic interaction, vol :28, issue 3, 2005, 390.

⁴ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 104.

موجودا، وما لم يتكشف ولم ينظر إليه فلا سبيل إلى اعتباره كذلك، أو قل باختصار: إن الوجود في التكشف والعدم في التستر، أو بعبارة أخرى: إن الوجود في الظهور والعدم في الخفاء.

وقد تجلى هذا التلازم بين "الظهور" و"الوجود" في بروز كوجيتو* جديد بديلا عن "الكوجيتو الديكارتي" القديم، علما بأن هذا الكوجيتو الأخير يعتبر أحد الأركان التي بنيت عليها الحداثة، فبدل أن يكون "التفكير" شرطا في الوجود كما في الصيغة الديكارتية "أفكر فأذن أوجد"، فقد أصبح "الظهور" هو الشرط في الوجود، فاتخذ الكوجيتو الجديد الصورة التالية: "يُنظَرُ إلي فأذن أوجد"¹ إذن "فالمنظور إليه هنا يصبح موجودا، وهو عين المعنى الذي تفيده الصورة الجديدة للكوجيتو وللأهمية التي يتخذها هذا الأخير اتخذ التعبير عن مدلوله عند الباحثين صيغا عدة من بينها:

- "إني منظور فأذن أوجد".
- "وجودي مستغرق في مظهري".
- "الأخر يراني فأذن أنا موجود".
- "إنك تنظر إلي فأذن أنا موجود، فأنا موجود ما دمت تنظر إلي".
- "لكي توجد ينبغي أن يراك الآخر".
- "لكي نحيا لنكن مرئيين"².

3.5- الشعور بالشعور:

"الشعور بالشعور هو بعبارة أخرى نوع من تقمص شعور الآخرين، والقدرة على تفهم إحساسهم والتعامل معهم وفقا لمعرفتهم تماما، وذلك يقتضي الاستجابة من المشارك بشعور مماثل اتجاه الشخص الآخر، وهذه خاصية قوية بين الأشخاص ذوي التجارب المتشابهة، وهي أيضا مثل الخصائص والعناصر السابقة في مجتمعات على الخط (online society)، تعتمد بقوة على الاتصال غير اللفظي أي الاتصال الإيحائي والإيمائي والدلالي باستخدام المؤثرات التقنية مثل:

* لفظ "كوجيتو" (Cogito) لاتينية، ومعناها الحرفي "أفكر". (من كتاب طه عبد الرحمن، دين الحياء، ص262).

¹ طه عبد الرحمن، دين الحياء: من الفقه الائتماري إلى الفقه الائتماني، التجديبات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص262. (بتصرف يسير).

² طه عبد الرحمن، المرجع السابق، ص263.

نظرات التحديق أو التعجب والاستغراب أو الغضب، وغير ذلك من إيماءات لغة الجسد، ومن أمثلة هذه الإيماءات والانفعالات ما تم إدراجه في الجدول الموالي:

جدول رقم (2): بعض معاني الرموز والانفعالات المستخدمة في لغة الجيل الرقمي¹

Symbols	Expressions in English	التعابير باللغة العربية
:-----)	Long nose (liar)	كذاب
:O	Shocked	مصعوق
>:-<	Angry	غاضب
☺	Smile	إضحك
:-&	Tongue tied	لسان مربوط
:\'-)	Tears of happiness	دموع الفرحة
:°	Kiss	قبلة
8-)	Wears glasses	يرتدي نظارات
@>-- :--	Rose	وردة

4.5-الثقة:

قد تبدو الثقة (trust) مماثلة لتقمص الشعور، فهي الأخرى تتأثر بخصائص الوسط المستخدم، وهي تُعرَّفُ بأنها: " التوقع الذي يأتي بين الأفراد ذوي السلوك المنتظم والصادق والتعاوني؛ المتأسس على عادات مشتركة بين أعضاء المجتمع"²، فعلماء النفس يرون أنها ضرورية في بناء الأخلاق وتعزيز الأنا والعلاقات، فيها يتم توطيد العلاقات الاجتماعية، بحيث لا يمكن اعتبارها مفهوما نفسيا فقط وإنما اجتماعيا أيضا، فهي تصور قائم على أساس الذات والعلاقة مع الآخر في وضعيات اجتماعية مختلفة في الحياة³.

¹ نديم منصور، سوسيولوجيا الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 109.

² علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، 104.

³ Sandra Jovchelovitch, trust and social representations : understanding relations between self and other in the brazilian public sphere, trust and distrust : sociocultural perspectives, Markova books, Information age publishing, 2007, p 107-108.

كان علماء النفس ينظرون إلى الثقة على أساس أنها ذاتية أكثر من كونها ذاتية مشتركة وحقيقة اجتماعية منظمة، هذا التصور الأخير الذي جاء مع العديد من علماء الاجتماع أمثال: **لوهمان (Niklas Luhmann)** من خلال كتابه (power and trust) في 1979 و**برنارد (Baerber Bernard)** في كتابه: (Logic and limits of trust) في 1983، وكذا كل من **بارسنز وسيمل (Simmel & parsons)**، فالثقة من المنظور السوسيولوجي يجب تصورها كخاصية للوحدة الاجتماعية، فهي توجد بين الناس مع بعضهم البعض، من خلال أفعالهم التي تُشكّل تمثلاتهم الرمزية، فهي الإخلاص المتبادل الذي تقوم عليه العلاقات الاجتماعية، إنها التزام أخلاقي على أرض الواقع وفي المواقف¹.

والثقة بدورها ليست نفسية فقط وإنما عملية معرفية، فلتشكلها يجب توفر المعلومات اللازمة التي تدعم موقفنا حتى تكون المؤسسات أو الأفراد جديرين بثقتنا **فسيمل (Simmel)** يقول أن درجة الثقة تتحدد على أساس الإلمام المعرفي بالشخص²، كما ترتبط الثقة **بالبعد العاطفي** أيضا كالحب والصدقة، فالثقة تخلق وضعية اجتماعية أين يمكن استثمار العاطفة بشكل كبير، على سبيل المثال عدم الثقة بسبب الخيانة يثير الغضب العاطفي، وكل هذا يرتبط ببعد آخر مؤثر وهو **البعد السلوكي**، فالأهمية العملية للثقة تكمن في الأفعال الاجتماعية، أي السلوك، فالآخرون يستطيعون التصرف بطريقة يجعلوننا من خلالها نحس أنهم يتقون بنا، فنكون بهذا على استعداد كامل للرد بالمثل، وعلى العكس من ذلك تأتي عدم الثقة³. وهناك جهد كبير في مجال البحوث في هذا الميدان، للبحث في كيفية تطور الثقة في مجتمعات على الخط (online communities)⁴ حيث مثلما يتعلق عامل الثقة بالمبادلات التجارية الإلكترونية، والثقة في المضامين الإعلامية المنشورة مثلما يتعلق أيضا " بتماسك المحادثات في المجتمعات الافتراضية وفاعليتها واستمراريتها"⁵، فالكثير من الأشخاص الذين يتواجدون في المجتمعات الافتراضية لا يفصحون عن

¹ David Lewis, Andrew Weigert, trust as social reality, social forces, vol: 63(4), 1985, p 967.

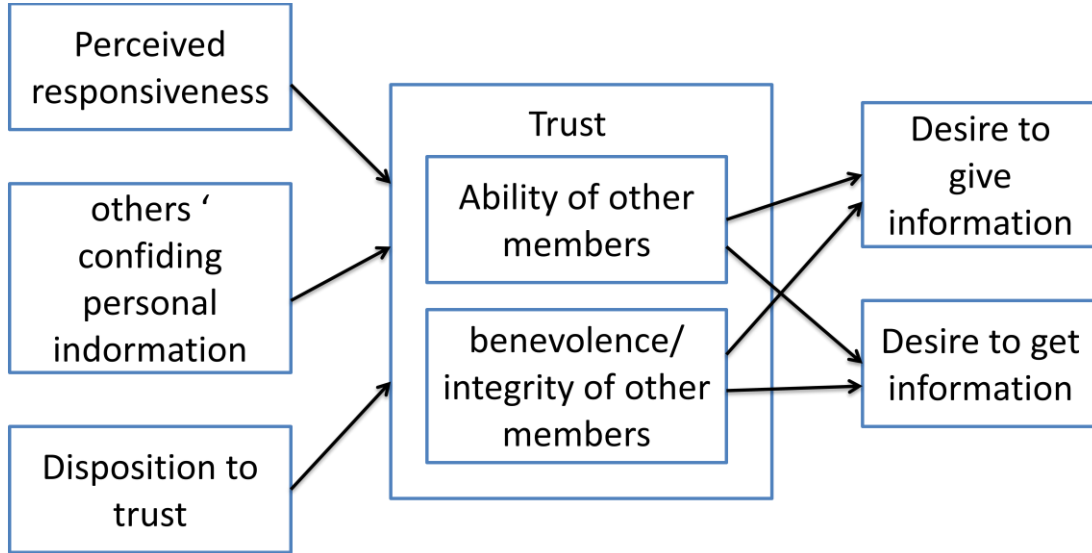
² Ibid, p 970.

³ Ibid, p 971.

⁴ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 104.

⁵ المرجع نفسه، 105.

حقيقة حياتهم الشخصية أو المهنية أو عن أسرار متعلقة بغير ذلك وهذا لعدم ثقتهم في هذا الفضاء الإلكتروني، وفي هذا الصدد يمكن أن ندرج هذا النموذج الذي يوضح عملية بناء الثقة في الشبكات الاجتماعية، والذي نستطيع تفسيره على أساس أبعاد الثقة السالفة الذكر:



الشكل رقم (6): نموذج بناء الثقة في المجتمعات الافتراضية¹.

6-الزمان والمكان: التغير في المفاهيم:

1.6-تتابع الزمان والمكان:

يرجع أصل كلمة مكان (Space) إلى اللغة الرومانية (Espace)، وفي اللاتينية (Spactium)؛ حيث يشير في اللغة العادية إلى المساحات بين الأشياء كأن نقول مثلا: "أريد ركن السيارة في مكان ما"، أو "لا يوجد مكان لوضع الكتاب في الرف" فهذه الأمثلة تتعلق بالحيز المادي الجغرافي، غير أن هذه الكلمة قد تأخذ معنا آخر كأن نقول مثلا: "رئيسنا في العمل لا يترك مجالا للتفاوض"، وفي حالات أخرى نستخدم الزمان للإشارة إلى المسافة المكانية (spatial distance) كالقول: "أنا على بعد ساعة من الوقت لRotterdam"، حيث يرتبط الوقت بالمكان هنا ارتباطا وثيقا، فنحن من خلال تصرفاتنا وأفعالنا نخلق ممرات بين الزمنكان، في ما يسميه

¹ Catherine Ridings, David Gefen, Bay Arinzo, some antecedents and effects of trust in virtual communities, journal of strategic information systems, 11, 2002, p 277.

البعض بالمكان الاجتماعي (social space)، فالبلدات التجارية مثلا لم تنشئ إلا عندما مارس الإنسان التجارة¹، ويقول شيلدس (Shields) عن أهمية المكان في حياتنا اليومية:

"المكان لديه أهمية وجودية، إنه جزء لا يتجزأ من أفكارنا حول الواقع والحقيقة"².

أما الوقت الذي لطالما ارتبط تاريخيا بالأديان³، فهو يقوم بوظيفة مركزية للتنظيم والتفسير في التفاعل الاجتماعي، حيث يعتبر رمزا من الرموز الاجتماعية، فالرسالة المنظمة تُفسرُ على مدار الساعة وفقا للمعرفة والثقافة ونمط التواصل؛ فوظيفته إذن هي توجيهية، فهو ينظم السلوك البشري والشعور، ويلعب دورا هاما في تفسيراتنا لمختلف التفاعلات الإنسانية مثلا القول: "مناسبة أو في غير أوانها". فهو دليل ومحدد للفعل والمعرفة⁴.

"ويعتبر فهم الكيفية التي تتوزع فيها الأنشطة، زمانا ومكانا، من الأمور الجوهرية لتحليل اللقاءات ولاستيعاب الحياة الاجتماعية بصورة عامة، إن جميع أشكال التفاعل "متموضعة"، بمعنى أنها تحدث في مكان معين وخلال فترة زمنية محددة، وأفعالنا خلال يوم واحد تكون "مترمكة"، أي أنها تدور في إطار زمني ومكاني محدد، فسلسلة الأطوار هذه تصدق على أيام الأسبوع بما فيها عطلة نهاية الأسبوع؛ إذ يقوم المرء بما لا حصر له من الأنشطة في فترات معينة وفي أماكن مختلفة، وربما في مناطق متباعدة بعضها عن بعض، وعندما نقوم بتحليل السياقات التي يجري فيها التفاعل الاجتماعي، فإن من المفيد أن ننظر إلى حركات الناس وأنشطتهم، وأن ندرك كيف يلتقي الزمان بالمكان في منظومة التفاعلات البشرية"⁵، وهذا الالتقاء هو ما أكد عليه بيرغسون (Henri Bergson) بقوله أن: "الذات الإنسانية يصعب عليها التخلص من هذا الارتباط العضوي بين المكان والزمان، فأغلب مظاهر الحياة تثبت أنهما وجهان متلازمان"⁶، "فالمكان يمثل

¹ Joe Dmul, cyberspace odyssey: towards a virtual ontology and anthropology, 1ed, cambridge scholars publishing, Newcastle, 2010, p 8.

² Stine Gotved, time and space in cyber social reality, op.cit,477.

³ Ibid, p 11.

⁴ Ibid, p.p 474-475.

⁵ أنتوني غدنز، علم الاجتماع: مع مدخلات عربية، مساعدة كارين بيردسال، ترجمة وتقديم فايز الصباغ، ط4، المنظمة العربية للترجمة-مؤسسة ترجمان، بيروت، الأردن، 2001، ص 176.

⁶ العربي ميلود، مفهوم الزمان في فلسفة بريغسون، ط1، ابن النديم للنشر والتوزيع، دار الروافد الثقافية-ناشرون، الجزائر-لبنان، 2013، ص49.

المسرح الذي تقع فيه الأحداث أما الزمان فيمثل هذه الأحداث نفسها في تطورها واستمراريتها، وإذا كان الزمان هنا يمثل المنحى الذي يسير الأحداث؛ فالمكان سوف يكون بلا شك الإطار أو المجال الذي تقع فيه هذه الأحداث، غير أن كلاً من الزمان والمكان يختلفان من حيث الإدراك، فالزمان يرتبط بالإدراك النفسي، بينما يرتبط المكان بالإدراك الحسي¹.

2.6-اللازمان واللامكان:

" التكنولوجيا الجديدة حولت الفضاء من فضاء يشتمل على أماكن إلى فضاء يشتمل على موجات متدفقة، لكن المكان يتداخل أساساً مع الزمان، فالناس يستطيعون المشاركة في الزمان إذا ما استطاعوا أن يشاركوا في المكان، فهذين المفهومين كانا مترابطين في العهود السابقة من خلال التقارب المادي، إلا أنه في الوقت الراهن أصبحت تتسع المسافات الفاصلة بين المكان والزمان"².

فالعديد من المحللين يرون أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جعلت مفهوم المكان السالف الذكر قد عفا عليه الزمن، فهذه التكنولوجيات فرضت تصوراً جديداً لدرجة جعلت بعض الباحثين يتحدثون عن ما أسموه ب: **موت المسافة (the death of distance)**، وهذا بفعل الاتصال الفوري أو الاتصال عن بعد (telecommunication) الذي أدى إلى انهيار حدود الزمان والمكان، مما أدى إلى ضغط هذين المفهومين، فاختراع السكك الحديدية ووسائل النقل في سنوات خلت أيضاً عملت على تقليص المسافات، لكن الإنترنت حالياً قلصته أكثر من أي وقت مضى³.

ليفيف (Lefebve) يقول أن المكان يُجسد العلاقات الاجتماعية، وجميع المعاني المختلفة الناتجة عن التفاعل الاجتماعي والتي تحدث داخله، وهذا التجسيد يسميه هذا الباحث ب: **المكانية** أو "**الممارسة المكانية**" التي ترتبط بالروتين اليومي للأفراد في الحياة اليومية⁴، (أي كيف ندرك المكان الذي نعيش فيه، من خلال ما نقوم به من أفعال في محيطه)، فبالنسبة للمجتمعات

¹ العربي ميلود، المرجع السابق، ص 51.

² يوجينيا سيابيرا، التنوع الثقافي والإعلام العالمي، ترجمة أحمد المغربي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012، ص 306.

³ Martin Dodge, Rob Kitchin, mapping cyberspace, 1ed, Routledge Taylor and francis group, London-New york, 2003, p 13.

⁴ Stine Gotved,... op.cit, p.p 477-480.

الافتراضية يعتبر تجسيد هذا المصطلح تحديا كبيرا، ففي هذا الصدد يقترح ليفيف (Lefebve) مصطلحات أخرى تحل محل المكان في البيئة الافتراضية على غرار: **التخيل المكاني**، **الفضاء التمثلي** أو **التمثلات حول الفضاء**، وكذا **الرؤية** أو ما يُصطلحُ عليه بالمنظورية (**visibility**)¹ (كما هو موضح في الشكل رقم 5/ ص120)، وهو يؤكد على هذا المصطلح الأخير وبقوة (**visibility**) في السياق الاجتماعي عبر الإنترنت؛ فالواجهة هي المساحة التي يقطنها الأصدقاء المعارف والغرباء، وتمثل الرؤية المساحة المشتركة وهي مهمة في الإبحار عبر الإنترنت والتفاعلات والتفسيرات، فالمكان المشترك عبر الشاشة يجعل من السهل وجود تجربة للمجتمع فالرؤية هنا هي الجانب الوجودي للاتصال الإلكتروني، وكما يقول ليفيف (Lefebve) فإن **الخيال** يلعب دورا كبيرا في رسم صورة البيئة الإلكترونية في ذهن المستخدم، فالفرد باعتباره عضوا في مجتمع افتراضي يمكن أن يتخيل ويتصور الفضاء الاجتماعي الذي يُعْتَبَرُ أكثر مرونة².

وهذا ما أشار إليه الدكتور **عزي عبد الرحمن** في حديثه عن ما أسماه بـ **"المكان الإعلامي"** الذي يُعرفه بأنه: " ذلك الحيز الجغرافي البيئي الرمزي الذي تروج له وسائل الإعلام"، حيث تعمل وسائل الإعلام والاتصال كالتلفزيون، السينما، الجرائد، المجلات والإنترنت على تكوين أنماط من الصور المكانية التي تكون خارج دائرة الواقع المعاش للفرد، فتُدخِلُ عليه مكانا رمزيا متباعدا ومألوفا مع كثرة الاعتماد على هذه الوسائل حيث يقول الدكتور **عزي عبد الرحمن** أن كثرة استخدام وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون والإنترنت يؤدي إلى نوع من **"الاغتراب"** عن المكان المعاش والتعلق **بالمكان المؤلف الجديد** التي تعرضه هذه الوسائل، فالمكان الإعلامي هو مكان رمزي متشابه في معظم الأحيان، تصوره وسائل الإعلام في الضمير الجمعي، وتكرسه كنوع من العولمة المكانية³.

¹ Stine Gotved, loc.cit.

² Idem.

³ بوعلي نصير، السعيد بومعيرة وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، مكتبة إقرأ، الجزائر، 1430هـ/2009، ص 143.

إلى جانب هذه المصطلحات هناك عدة مسميات أخرى بديلة على غرار: **الفضاء السايبري (Cyberspace)** الذي يعبر عنه **دانيال بيل (D.Bell)** بعبارة "from places to network" بمعنى تلاشي الأمكنة عبر الأزمنة (الاتصال الشبكي الذي يكاد يلغى فيه المكان تماما)، وكذا مصطلح "electrosphere Global" المجال الإلكتروني الكوني و"being in nothingness" الوجود في اللاشيء، والوجود في اللامكان "being elsewhere"، وهذه التعابير هي لميروفيتز (Meyrowitz)، كما نجد تعابير **راينغولد** والتي من أبرزها الجيرة الافتراضية "virtual neighborhood". وهذه التعابير تشير في مجملها إلى أن الكثافة الاجتماعية المتكونة من التداخل العلائقي الشخصي لبني الإنسان (interpersonal social density) أصبحت تستبدل بالانتقال الاجتماعي للكثافة الاتصالية (teledensity tran-social)¹، إذن فالفضاء السايبري مختلف عن الأمكنة التي عرفها الإنسان في السابق، إنه فضاء لا يتشكل من أي مسافات لها حيز معين فالكل يستطيع أن ينتقل إلى النقطة نفسها بالسهولة نفسها، وتقريبا بالسرعة نفسها، إن الإنترنت تطوي الفضاء في نقطة بعدية (Hyperpotential point) تلتقي عندها مفاهيم المسافة والفرغ والبعد وغيرها، وبهذا يمكن القول أن الإنترنت ألغت القانون الأول للجغرافيا كما يقول آدمز (Adams)².

الزمان بدوره تغيّر كالمكان، حيث يسميه الدكتور عزي عبد الرحمن بـ "الزمن الإعلامي" الذي يقصد به من وجهة نظره: " ذلك المجال الوقتي المرتبط بوتيرة ومضمون محتويات وسائل الإعلام والاتصال"، فحركية وسائل الإعلام في ديمومتها "حركية زمنية" (Temporel)، أي أن استعمال وسائل الإعلام في نهاية المطاف هو استعمال للوقت، ويتحدد هذا الوقت عبر الفترات: صباحا، مساء أو ليلا أو حسب الظروف، فالزمن الإعلامي المعاصر تنصهر فيه الأزمنة التالية: زمن القراءة، زمن الاستماع، زمن المشاهدة وزمن التصفح أو الإبحار (navigation)، وهذه كلها عبارة عن أزمنة إعلامية. وكافتراض أولي فإن زمن المشاهدة التلفزيونية وزمن الإبحار في شبكة الإنترنت يعملان تدريجيا في القضاء على الأزمنة الأخرى (القراءة والاستماع)، فوسائل الإعلام

¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 124.

² المرجع نفسه، ص 126.

هي التي أوجدت هذه الأزمنة، فوجود الكتابة قديما أوجد في الإنسان زمن القراءة وعندما ظهر الراديو أوجد زما إعلاميا جديدا وهو زمن الاستماع الذي قلَّ بعض الشيء من الزمن الأول وعندما ظهر التلفزيون أوجد في الإنسان زما إعلاميا واسعا هو زمن المشاهدة الذي قلَّ بعض الشيء من الزمنين السابقين، ومع ظهور الكمبيوتر وشبكة الإنترنت أوجدا في الإنسان¹ زما جديدا هجينا هو زمن التصفح أو الإبحار وتتصهر في هذا الزمن الإعلامي الأزمنة السابقة، فالزمن الإعلامي هنا يعمل بصفة عامة على تصوير مظاهر الحياة، فهو بذلك يعمل على تشكيل الزمن الاجتماعي بأسلوب رمزي، وعلى حد قول **عزي عبد الرحمن** فإن الاجتماعي ينعكس رمزيا في الإعلامي، كما أن الزمن الإعلامي يؤثر تراكميا في الزمن الاجتماعي من خلال تغيير أنماط المعيشة والسلوك نتيجة الإقبال المتزايد على ثقافة هذه الوسائل².

من ناحية أخرى، في سياق الاتصال الافتراضي يمكن أن تكون متزامنا (synchronous) أو غير متزامن (asynchronous)، كما أن البنية التحتية التكنولوجية تستطيع بطرق مختلفة تسريع أو إبطاء إخراج قضايا الساعة أو حتى تغيير الوقت بغض النظر عن الترتيب الزمني، ف**كاستل (Castelle)** يسمي هذا ب"الوقت الخالد" كمحاولة لوصف الواقع، فتطور الاتصال الإلكتروني أصبح يقود العديد إلى المزيد من التوقعات حول تأثير الوقت على بنية الاتصال، فنحن نحتاج الوقت في مختلف العمليات الاجتماعية، فوفقا له نقوم بتنظيم علاقتنا مع أنفسنا ومع الآخرين ومع البيئة كما يجب أن نأخذ به عين الاعتبار في دراستنا للتفاعل.

التكنولوجيا الحديثة اليوم أصبحت تتحدى مفاهيمنا للزمن، ويمكن ملاحظة التأثير من خلال عدة مؤشرات، كظهور لغة خاصة تعرض وجود المجموعات مع مرور الزمن، فالتأثير يظهر في لغتنا اليومية من خلال العصرية والكلمات المستحدثة التي تفرض نفسها بفعل الاتصال الإلكتروني كما يعتبر الوقت عاملا نشيطا في قرارات العضوية والثقة، فالأصدقاء الجدد والقدامى يُعامَلون بطريقة مختلفة في المجموعات الافتراضية، وتاريخ العضوية يمكن أن يكون رمزا للمكانة

¹ بوعلي نصير، السعيد بومعيزة وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص141.

² المرجع نفسه، ص 142.

الاجتماعية في المجموعة، فالوقت الثقافي هو عدد رمزي من الوقت المشترك فضلا على تفسير التطور أو التفكك لمختلف المعاني أثناء هذا الاشتراك والانضمام في المجموعة¹.

ما أشرنا إليه سابقا يقودنا إلى الحديث عن فكرة "تضييق الزمنكان" التي قدمها **هارفي (David Harvey)**، والذي يؤكد بدوره بأن الإنترنت تجعل مرور الزمن والمسافات أقصر، على الأقل في ما يتعلق بنشاط التواصل، حيث يعرف **التضييق الزمنكاني** بقوله:

" عمليات تُحدثُ ثورة في الخصائص الموضوعية الذاتية للزمان والمكان إلى الدرجة التي تضطرننا معها إلى تغيير الطريقة التي نُمثِّلُ بها العالم لأنفسنا، تغييرا جذريا في بعض الأحيان، واستعمَلْتُ كلمة تضييق لأنه هناك دلائل قوية على أن تاريخ الرأسمالية قام على تسريع نسق الحياة متغلبا بذلك على حواجز المكان، بحيث يبدو في بعض الأحيان أن العالم يُطوى طيا في داخلنا".

ففي نظر **هارفي (Harvey)**، "تكتيف دينامية تضييق الزمنكان هو السمة المميزة لهذا العصر²، حيث نعيش في فضاء متدفق من المعلومات عوضا عن الفضاء المكاني الذي اعتدناه أما الزمن فيتبدد في منظومة التواصل الجديدة، ويصبح الفضاء فضاء المعلومات المتدفقة ونقاط تلقيها، وأما الزمن فهو أقرب إلى اللازم منه إلى الزمن.

يتفق **كاستل (Castells)** مع ما ذهب إليه **هارفي (Harvey)** حول فكرة اللازمين في البيئات الافتراضية، غير أنه يرى أن هذه البيئات في زمن الشبكات لا تستطيع أن تلغي المكان الحقيقي حيث يؤكد على هذا في حديثه عن ما أسماه "جغرافية الإنترنت" حيث يشير إلى أنه بالرغم من تعاضم حجم التواصل البشري بواسطة الشبكات الرقمية إلا أن العالم المادي الحقيقي خارج تلك الشبكات لا يزال قائما كواقع عنيد ولا يمكن إنكاره، وعلى الرغم من غلبة الجغرافيا الافتراضية على الجغرافيا الحقيقية فإن الصبغة المادية للعالم لا تزال قائمة³. ونجد هذا الرأي واقعا خاصة إذا تحدثنا عنه في سياق مجتمعنا الذي يعد من المجتمعات الانتقالية التي لا تزال تحافظ إلى حد ما

¹ Stine Gotved,... op.cit, p.p 474-475.

² دارن بارني، المجتمع الشبكي، مرجع سبق ذكره، ص 66.

³ المرجع نفسه، ص 67.

على روابطها الاجتماعية التقليدية، والتي لم تصل بعد إلى درجة التطور الهائلة التي عرفتتها بعض المجتمعات الأخرى والتي أصبحت تعتمد على الإنترنت بشكل كلي فائق في الحياة اليومية في مختلف معاملاتها سواء في الجوانب المهنية، الاقتصادية، المعاملات الإدارية... وغيرها، ففي المجتمع الجزائري يعتبر تدفق الإنترنت وسرعته متأخرا مقارنة مع العديد من الدول العربية الأخرى، كما لا يزال العديد من الناس لم يتحصلوا مثلا على خدمة الإنترنت من الأساس في هذا المجتمع أو يعرفون العديد من المشاكل المرتبطة باستقبالها خاصة لدى الجنوب.

7- المجال العام الإلكتروني:

1.7- مفهوم المجال العام:

يعتبر مصطلح المجال العام مفهوما مركزيا في الدراسات الإعلامية في السنوات الأخيرة حيث تقوم نظرية المجال العام على شرح عملية تشكيل الرأي العام والمؤشرات الاجتماعية والثقافية التي تساعد على تطوير هذا الرأي، كما يعد المجال العام ركيزة من ركائز المجتمعات الديمقراطية بوصفها التشكيل الحر للإرادة الشعبية التي تترجم عبر وسائل الاتصال المختلفة، وقد تعددت تعريفات المجال العام التي نجد من أبرزها:

ما أشار إليه هابرماس (Habermas) في قوله: "المجال العام يظهر في الوجود من خلال كل حوار يتجمع فيه الأفراد لتشكيل هيئة عامة دون اعتبار للفروق الاجتماعية" التي تكون بينهم¹، كما يعرفه أيضا بأنه "حيز من الحياة الاجتماعية يتكون فيه الرأي العام، يتصرف فيه الناس كجسد واحد، يتداولون موضحة أو رأي معين في إطار من الحرية، وهو ما ساعد الصحافة في ظهورها في القرن 18م عندما بدأت في وظيفة نشر الآراء والتعليقات بجانب الأخبار، مما أدى إلى إثراء النقاش بين العامة، والطبقة المتعلمة". ويُعرّف المجال العام أيضا بأنه: "مجتمع افتراضي أو خيالي، ليس من الضروري أن يتواجد في مكان معروف أو مميز، ويتكون من مجموعة من الأفراد، الذين لهم سمات مشتركة، مجتمعين مع بعضهم البعض كجمهور، يتفاعلون مع بعضهم

¹ نها السيد عبد المعطي، صحافة المواطن: نحو نمط اتصالي جديد، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، 2015، ص 142.

على قدم من المساواة حول قضايا مشتركة، كما يُعرفه **عبد اللطيف بن صافية** بأنه: "هو المجال الخاص بالمواطنين والمكان الذي يعرض فيه الأفراد والجماعات بشكل عفوي أو منظم رأيهم وإسهاماتهم ويعلنون بالتالي مشاركتهم في الحياة العامة كمواطنين، فهذا المجال يقتضي تجميع وتحفيز الفاعلين للخوض في مختلف جوانب النقاش العام المتعلق بالدولة والمجتمع والمؤسسات والحياة اليومية وفقا لشروط وقواعد المواطنة"¹.

"عالم الاجتماع الألماني **يورغن هابرماس (Jürgen Habermas)** هو من أوائل الباحثين الذين استخدموا مصطلح "المجال العام" الذي يعني في مظهره حلبة النقاش العام² التي تدور فيها المساجلات وتتشكل فيها الآراء والمواقف حول القضايا التي تجسد اهتمامات الناس وهمومهم ويعتقد **هابرماس (Habermas)** أن المجال العام في المجتمعات الغربية قد بدأ ينشئ أول الأمر في الصالونات والمقاهي في لندن وباريس وعدد من المدن الأوروبية الأخرى، وكان الناس يلتقون في هذه الأماكن ويناقشون قضايا الساعة من خلال ما يقرؤونه في النشرات والصحف التي بدأت بالصدور آنذاك واكتسبت المناقشات السياسية أهمية خاصة، رغم قلة عدد المشاركين فيها، إلا أن الصالونات أدت دورا حيويا في نمو الديمقراطية في مراحلها الأولى، لأنها أتاحت الفرصة لتداول الآراء، وتبادلها حول القضايا السياسية من خلال النقاش العام.

ويمثل المجال العام من حيث المبدأ على الأقل التقاء الناس بوصفهم أفرادا متساوين في مندييات شبه مفتوحة للنقاشات العامة، غير أن الوعود التي انطوت عليها المراحل الأولى من تطور المجال العام لم تتحقق بكاملها، فقد أوشك النقاش الديمقراطي على الاختناق تحت وطأة صناعة الثقافة، وأدى انتشار وسائل الإعلام وسطوة صناعة الترفيه الجماهيرية إلى تشويه طبيعة المجال إلى حد بعيد، ذلك أن مناقشة القضايا السياسية أصبحت مرهونة بما يدور في البرلمانات وفي وسائل الإعلام، فيما تجذرت سطوة المصالح التجارية والاقتصادية، وهيمنت على الصالح العام، ولم يعد "الرأي العام" يتشكل من خلال النقاش العقلاني المفتوح، بل غدا محصلة لعمليات

¹ نهى السيد عبد المعطي، المرجع السابق، ص 143.

² أنتوني غدنز، علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره، ص 511.

الاستمالة والتلاعب والسيطرة المفروضة عليه كما تبدو على سبيل المثال في الحملات الدعائية والترويجية¹.

"لا يشكل الطرح الهابرماسي المسلك الوحيد لتوصيف المجال العام فالتوصيف المعياري والمثالي الهابرماسي له يحد من كونيته، إذ يجعله مقياساً لتقييم الطابع الديمقراطي، وعقلانية النقاش العام، كما أنه يمثل مطمحا للمجتمع الديمقراطي، الذي لا يمكن أن يرضى بأي مجال عام على حد تعبير **لوي كيري**.

وفي هذا النطاق تشكلت مقاربات بديلة للمجال العام، لا تركز على الأبعاد الحوارية والإقناعية والحجاجية، ووسمت هذه المقاربة بالجمالية (الإستيتيقية)، لأنها كما يؤكد على ذلك **جون مارك، فيري (John Marc)** تتيح مفهوماً إجرائياً وليس معيارياً للمجال العام، وفي هذا السياق يقترح هذا الباحث مقاربة مختلفة للمجال العام من منظور إشهار الآراء والأفكار والأحداث الاجتماعية وآليات تمثيلها، إذ أن المجال العام هنا هو ذلك الإطار الذي تتحقق من خلاله عملية التمثيل الإعلامي للأحداث الاجتماعية والسياسية والثقافية، فهو مجال تواصلية وسائلي، تشكله وسائط الإعلام التي تُبرز الأفكار والآراء والأحداث الاجتماعية، ويشمل المجال العام على هذا النحو الآراء والأفكار والأحداث الاجتماعية التي تتجلى في المجال الإعلامي، عندما تعالجها وسائط الإعلام التي يتعرض لها جمهور واسع، هكذا يصبح المجال العام: " النظام الذي تتمثل الجماعة من خلاله ذاتها " حسب **لوي كيري**، أو " الوسيط الذي تنظر الإنسانية من خلاله إلى نفسها" بتعبير **فيري**، ولا تقتصر وسائط التمثيل على الخطاب، بل تتجاوز ذلك إلى الصورة والصوت، وكل وسائط التعبير التي تتيح استخراج الآراء والأفكار والأحداث من إطارها الاجتماعي الضيق إلى الإطار العمومي الرحب، كما أن المجال العام من وجهة نظر **فيري** لا يمكن اختصاره في الفضاءات التي يتواصل فيها المجتمع مع ذاته، لأنه أيضاً المجال الذي يتواصل فيه مجتمع ما مع مجتمعات أخرى.

¹ أنتوني غدنز، المرجع السابق، ص 512.

وفي هذا السياق وانطلاقاً من العلاقة الوثيقة بين الوسائط الإعلامية والمجال العام اعتمدت بعض النماذج النظرية تحقيب تطورات المجال العام انطلاقاً من الوسيط الإعلامي على هذا النحو:

- نموذج حسب برنارد مياج: نموذج صحافة الرأي.
- نموذج الصحافة التجارية.
- نموذج الإعلام الجماهيري (الإذاعة والتلفزيون).
- نموذج العلاقات العامة الشاملة.
- نموذج خامس مرتبط بالميديا الجديدة، يتسم بطابعه المجتمعي، وبضعف بعده السياسي¹.

"ويُقْتَرَضُ المجال العام هنا أن الجمهور هو قادر على التفكير في عوالمه وعلى إبداء الرأي في الأحداث والأفكار وحول كل ما يشاهده، وتستند المقاربة الجمالية للمجال العام على فكر حنا أرندت (Hannah Arendt) التي تعتبر المجال العام مجال تجلي للإنسان للأخرين، باعتباره مجال الظهور والبروز لأنه مشهد عام يتجلى فيه الأفراد والجماعات لبعضها البعض، وتبرز فيه الأحداث بواسطة إشهار آلياته المتعددة؛ فهكذا يتحول المجال العام إلى عالم مشترك من حيث هو سياق الفعل الإنساني ومجال تتحقق داخله المواطنة، التي تقترض الحق في المشاركة، إن المجال العام هنا هو مجال إنساني بامتياز².

2.7- المجال العام الافتراضي:

مع تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية في المشاركة في المجال العام في المجتمع، على نطاق تمكين المواطنين من تشكيل آرائهم، دعمت الإنترنت من جديد فكرة ساحات النقاش حول المجال العام المشترك، حيث منحت إمكانية التفاعل بين الناس حول القضايا التي يهتمون بها من خلال التفاعلية التي تميز الفضاء الإلكتروني عن بقية وسائل الإعلام التقليدية، فنظرية المجال العام لHabermas تؤكد أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل تتيح تأثيراً في

¹ الصادق الحمامي، الميديا الجديدة والمجال العمومي: الإحياء والانبعاث، مجلة الإذاعات العربية، تونس، د.س، ص17.

² المرجع نفسه، نفس الصفحة.

القضايا العامة؛ مما يؤثر على الحكومات أيضا، فهذا الفضاء العام سمح للأفكار المخالفة لفكر السلطة بأن تظهر وتتنافس معها، ويرى في هذا الصدد باسم الطويسى أن التطبيقات الإعلامية للتكنولوجيات الجديدة عملت على إعادة إنتاج " المجال العام المفتوح " الذي يتأسس بتوسيع الفرص أمام الجمهور للوصول إلى المعلومات والحصول عليها، وكذا المشاركة في إنتاجها وإبداء الآراء والمواقف حولها، وبالتالي لعب دور حيوي ومؤثر في تشكيل وبلورة الرأي العام متغلبة على قيود المجال العام التقليدي الذي لم يكن منفتحا بصورة كافية لمشاركة الجميع نتيجة قيود متعلقة بالتمويل والرقابة في وسائل الإعلام¹.

فقد فتحت الإنترنت عصرا جديدا من حرية الرأي والتعبير والنقاش والحوار وتبادل الآراء والأفكار، إذ أتاحت للمستخدمين أفرادا وجماعات التعبير عن آرائهم ومواقفهم وأفكارهم حيال القضايا والموضوعات التي تتصل باهتمامهم أو تعبر عن تطلعاتهم وبحرية غير مسبوقة، ولم تكن متاحة من قبل في بيئة الاتصال والإعلام، فقد تميزت الإنترنت بإتاحتها وبشكل يومي عددا كبيرا ومتغيرا من مجموعات الحوار والنقاش التي يمكن للمستخدم الدخول إليها وقراءة آراء الآخرين والإدلاء برأيه في الموضوع محل النقاش أو غيره وبحرية كبيرة، ولقد وضعت الجميع أمام واقع جديد يمكن أن يقدم الوجه الآخر والرأي الآخر بسهولة ويسر، ويقفز فوق حواجز تكميم الأفواه وإخفاء الحقائق وكتم الرأي في الصدور.

ويرى العديد من الباحثين أن ظهور وشيوع الإنترنت قد انعكس ايجابيا على حرية التعبير، إذ أتاحت للكثير من الناس سواء من الأفراد أو الصحفيين أو الناشطين السياسيين، مجالاً للتعبير عن آرائهم وأفكارهم، وأصبحت الإنترنت اليوم وسيلة فعالة للحوار والتعبير عن الرأي في الدول كافة وبخاصة في الدول التي تفرض قيودا ومحددات على حرية التعبير بالرغم من أن بعض هذه الحكومات تعمل للحيلولة من انتشار المعلومات عبر الإنترنت، إلا أن هذه المحاولات محكومة بالفشل غالبا نتيجة طبيعة هذه الوسيلة، فالتفاعل أصبح متاحا على عكس وسائل الإعلام التقليدية التي كانت تمنع ذلك في حالات عدة تبعا لأسباب مختلفة كالأسباب السياسية، الدينية والطائفية

¹ نها السيد عبد المعطي، صحافة المواطن، مرجع سبق ذكره، ص 147.

الاجتماعية والمادية¹، وهذا لا ينفي أن الرقابة لا تزال موجودة لكن أصبحت تعتمد على تقنيات جديدة ومبتكرة، فتطور الوسائل الاتصالية والإعلامية يتبعه تطور أساليب الرقابة أيضاً، خاصة أن العديد من المعلومات تشير إلى أن الشبكات الاجتماعية مثلاً تقع تحت سيطرة عين المخابرات في كل دولة.

يشير بيار ليفي (Pierre Lévy) إلى أن "الوسائط المتعددة (multimedia) كلغة كتابة وإبداع جديدة، هي نقطة التحول المركزية في الثقافة فمن وجهة نظره الوسائط الإعلامية الكلاسيكية والحديثة (التلفزيون والإذاعة والصحافة المكتوبة، ومن جهة أخرى الإنترنت) تشغل بشكل مختلف ذلك أن منظومتين تحددان عمل وسائط الإعلام: المنظومة المشهدية (أو الفرجوية) (spectaculaire la communication) والمنظومة الجمعية (-la communication tous)، وتقوم المنظومة المشهدية باعتبارها امتداداً للاتصال الإعلامي على إنتاج تمثّل مشترك لواقع ما لمجموعات كبيرة من الأشخاص، التلفزيون هنا يمثل العين الجماعية ولأن هؤلاء الأفراد الكثيرين منعزلين عن بعضهم البعض ينظرون جميعاً إلى الصورة دون وجود حوار بينهم، فإن المنظومة التي يتلقون من خلالها "مشهدية"، وإذا كانت الوسائط المشهدية واحدة منغلقة تسيطر عليها الدولة²، فإن تأثيرها كلياني، وإذا كانت متعددة متنافسة تفتح المجالات الثقافية المغلقة.

أما الاتصال الإلكتروني فهو منظومة جديدة تختلف عن المنظومة المشهدية وهي أحد مكونات ما يسميه بيار ليفي (Pierre Lévy) "إيكولوجيا ثقافية غنية ومعقدة وفي تحول مستمر" فالالاتصال الإلكتروني يحقق مجالاً شبكياً يتحول فيه الفرد باستمرار بين مواقع البث والتلقي وتتصهر داخله العوالم الفردية، فشبكات الويب هي فضاء جماعي يشترك المستعملون في إنتاجه كما يمثل الويب بهذا المعنى نموذجاً تواصلياً جديداً تساهم التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في تشكيله، فهو لا مركزي يُيسر للأفراد عملية إنتاج الخطابات والمشاركة في الاتصال العمومي³، إذ

¹ حسين علي ابراهيم الفلاحي، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد: دراسات في صور ومظاهر من الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 217-218.

² الأميرة سماح فرج عبد الفتاح، باقر النجار، مجموعة من المؤلفين، الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، مرجع سبق ذكره، ص 106.

³ المرجع نفسه، ص 107.

لم يعد هذا الأخير يقتصر فقط على النخب السياسية والثقافية وعلى المؤسسات، الأحزاب والجمعيات، فالفضاءات الجماعية على الشبكة تكون على شكل فضاءات للدردشة (chat) والحوار (forum de discussion) بحيث هناك اهتمامات وهواجس مشتركة، أين يتم هنا التحدث والتناقش وتبادل الآراء حول موضوع ما¹. رغم هذا التصور الايجابي الذي أصبح يحظى به المجال العام الافتراضي، إلا أنه في واقع الحال أصبح يتخذ منحاً آخر في بعض السياقات الاجتماعية، أين أصبح يغلب عليه ما يختص بالمجال الخاص، يتحول هذا الأخير بما يتضمنه من مواضيع شخصية ليحصد الاهتمام حولها، فيحدث هنا التداخل بين المجالين، ويحدد الخط الذي كان يسير عليه اتجاه النقاش العام الذي كان يهتم في البدايات بالقضايا الاجتماعية والسياسية التي تهم الأفراد في المجتمع.

3.7 خصائص المجال العام الافتراضي:

"يُجْمَلُ لَنَا الدكتور الصادق الحمامي سمات المجال العام الافتراضي فيما يأتي:

- إعادة تشكيل الحدود بين العام والخاص:

ظهرت في هذا المجال العام الافتراضي أشكال جديدة من الظهور الإعلامي أتاحت بروز الأفراد المغمورين وعوالمهم الذاتية وفق أشكال مختلفة، فالإنترنت قد عززت عملية الانفتاح، إذ أنها أتاحت منصات تكنولوجية أفرزت فضاءات جديدة تشكلت فيها حالات تواصلية يتفاعل فيها المستخدمون عبر أنواع مستحدثة من الكتابة والتدوين، وبواسطة الصورة واللغة، كاللغة الهجينة التي يستخدمها المراهقون في تفاعلاتهم، وعلى هذا النحو فإن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل فضاءات لبناء الهوية الفردية ولاستعراض الذات في المجال العام، فقد كانت وسائط الإعلام والتلفزيون خاصة، تأتي بالعالم إلى الفضاء الذاتي المنغلق على نفسه، لأنها كانت نافذة على العالم، وهي الآن تتحول إلى نافذة يطل عبرها الناس على عوالم الآخرين الذاتية من خلال عدة آليات، كالصور الذاتية التي ينشرها المستخدمون على صفحاتهم الشخصية، أو من خلال سرد وقائع حياتهم اليومية.

¹ الأميرة سماح فرج عبد الفتاح، المرجع السابق، ص 108.

إن هذا التداخل بين العالم الذاتي الخاص والعالم العام الخارجي يؤدي إلى إعادة تشكيل المعايير الثقافية التي تحدد الخصوصية والذاتية في المجتمعات العربية، بتعبير آخر: المعايير التي تضبط ثقافياً ما يمكن إشهاره في المجال العام، وما يستوجب إخفاءه، لكن إعادة تشكيل حدود العام والخاص لا ترتبط بالميديا الجديدة فحسب، ولكن أيضاً بالسياق الثقافي للمجتمعات العربية وبتحولات في مستوى الأسرة مثلاً يجب أن لا نغفل عنها¹.

- أشكال جديدة من الفعل الاجتماعي:

" أفرزت منصات التدوين والتواصل الاجتماعي والنشر الذاتي في السياق العربي فضاءات جديدة تشاركية وتفاعلية، تحتضن جماعات افتراضية تكونت حول مشاغل مشتركة؛ سياسية واجتماعية، فنية ورياضية، مهنية، وسياسية على وجه الخصوص احتضنت هذه اللقاءات أشكالاً من المداولة والنقاش ذات علاقة وطيدة بالشأن العام وسمحت هذه الفضاءات للنخب السياسية المهمشة بتجاوز آليات تغييبها من المجال العام، غير أن هذه الفضاءات ليست دائماً تتصف بالتنوع الفكري والسياسي والانسجام في التعبير عن الآراء والمشاعر، وإنما تتسم في حالات أخرى بالتنافر الفكري والعدائية السياسية، كما اكتسبت هذه الجماعات الافتراضية القدرة على إنتاج المضامين.

- جماليات جديدة:

تختلف عن تلك التي تحكم الفضاء الإعلامي التقليدي، لأنها تجسد مبدأ كثرة الأصوات مقابل مبدأ الصوت الواحد، ومبدأ الاختلاف مقابل الإجماع، ومبدأ التنوع مقابل التتميط، ففي الفضاء العمومي الافتراضي تتجلى العوالم الذاتية والآراء والأفكار ذات العلاقة بالشأن العام وتتشكل هذه الجماليات الهجينة من خلال أنماط تعبيرية متعددة تُمرَّج في خليط فريد من الصور والنصوص والفيديوهات.

¹ الصادق الحمامي، الميديا الجديدة والمجال العمومي، مرجع سبق ذكره، ص 21، (بتصرف).

- المستخدم المبتكر:

يتسم الفضاء العمومي الافتراضي الجديد بأنه ليس مجالاً تمثيلاً يقتصر على نخبة معينة تتحدث باسم الجماهير الصامتة كما هو الشأن بالنسبة للفضاء العمومي التقليدي النخبوي، إذ تحول الجمهور إلى مبتكر للمضامين ومنتج لها، وهذه المضامين من الممكن أن تكون ذاتية وعامة تتعلق بالعوامل الذاتية للأفراد أو بالأحداث الاجتماعية والسياسية.

- نخب جديدة:

تشكلت في الفضاءات الإلكترونية نخب هجينة تتكون من المدونين ومن مشرفي الصفحات في الفاييسبوك ومنتديات النقاش، والناشطين في هذا المجال ليسوا دائماً أشخاص مغمورين، وإنما هناك مدونين مثلاً تحولوا إلى نجوم تحتفي بهم المؤسسات التقليدية، وتعمل على استقطابهم.

- الشباب الفاعل الرئيس في المجال العام الافتراضي:

تحيل إشكالية الميديا الجديدة والمجال العمومي إلى مسألة المشاركة السياسية التي تكتسي أهمية كبيرة في السياق العربي، فالفضاء العمومي التقليدي الذي تشكله وسائط الإعلام، فضاء احتكرته الدولة والنخب المرتبطة بها، التي استأثرت بوسائط التعبير وبحق الظهور فيه، حيث لا يبدو الشاب مواطناً حائزاً على حق المشاركة في النقاش العام، وبالمقابل فإن الفضاء الإلكتروني والمنصات التكنولوجية (المدونات والشبكات الاجتماعية) أتاحت إمكانات واسعة للتعبير والفعل لفئات الشباب المتعلمة التي اكتسبت بواسطة هذه المنصات القدرة على ابتكار أنماط جديدة من التعبير عن هوياتها الفردية والجماعية، من خلال ممارسة النقد الاجتماعي وإنتاج المضامين والفعل الجماعي وممارسة أدوار جديدة عبر جماعات افتراضية، بل أن هذه القوة الثقافية أفرزت قدرة فريدة على تخريب منظومات المراقبة والنقد¹. هذه المنظومات التي رغم ذلك لا تزال قائمة، بحيث تمارس سلطتها بطرق جديدة أيضاً تماشياً مع هذا الوضع الجديد، وذلك من خلال استخدام برامج الحضر والحجب على سبيل المثال لا الحصر.

¹ الصادق الحمامي، المرجع السابق، ص22.

8- رأس المال الاجتماعي الافتراضي:

من المفاهيم الجديدة التي أوجدتها الإنترنت مفهوم رأس المال الاجتماعي الافتراضي (virtual social capital) إذ يعد هذا المفهوم من أكثر المفاهيم التي جذبت اهتمام العاملين في ميدان العلوم الاجتماعية في العقدين الأخيرين لارتباطه الوثيق بالمجتمع المدني، على الرغم من أن رأس المال الاجتماعي كمفهوم موجود في التراث السوسيولوجي منذ القرن التاسع عشر، حيث تم استخدامه في تلك الفترة ليؤكد على المردود الإيجابي والفائدة الكبيرة التي تعود على الأفراد والمجتمع المحلي جراء انخراطهم في الجماعات الاجتماعية، ومشاركتهم في نشاطاتها، ونستطيع تلمس مثل هذا التأكيد عند إيميل دوركايم (Emile Durkheim) الذي يرى أن الحياة في إطار الجماعة تعد حصناً منيعاً للفرد في مواجهة الاغتراب (Anomie) أو اللامعيارية أو انعدام القيم والضياع¹، ولقد توسعت مجالات استخدام هذا المفهوم بدخول الإنترنت، فلم يعد مقتصرًا على مشاركات الأفراد في المجتمعات الحقيقية أو الواقعية، بل تعداها إلى مشاركاتهم في المجتمعات الافتراضية-التخليقية، إذ أصبح الاستخدام الجديد يتمحور حول قدرة الأفراد على العمل معًا داخل شبكات للعلاقات المشتركة، ولقد أثار رأس المال الاجتماعي بمفهومه الافتراضي تساؤلات عديدة لدى الباحثين على غرار: هل تسهم المشاركة في المجتمعات الافتراضية التي أوجدتها الإنترنت في تكوين رأس مال اجتماعي لأعضائها؟ ما خصائص هذا النوع الجديد من رأس المال الاجتماعي؟ كيف يمكن قياس رأس المال الاجتماعي الافتراضي مقارنة مع قياس رأس المال الاجتماعي الحقيقي؟، حيث يرى العديد من الباحثين أنه في مجال المجتمعات الافتراضية: التواصل عبر الإنترنت بمقدوره أن يعود على المشتركين في هذه المجتمعات برأس مال اجتماعي افتراضي، سواء كانوا أفراد أو مؤسسات¹.

¹ حلمي ساري، التواصل الاجتماعي، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 1437هـ/2016، ص143-

1.8. رأس المال الاجتماعي "الطرح الكلاسيكي":

يعد **بورديو (Pierre Bourdieu)** من أوائل علماء الاجتماع الذين قاموا في بداية الثمانينات بجهود كبيرة في تحليل هذا المفهوم الذي يشكل حجر الزاوية في مشروعه النظري المسمى "نظرية الممارسة" (practice theory)، فلقد أعاد اكتشاف مفهوم رأس المال الاجتماعي وساهم في تأسيس نظرية سوسيولوجية حوله، وكشف عن أهمية شبكة العلاقات الاجتماعية في انتفاع الفرد والطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها من الموارد الاجتماعية المادية والرمزية (Swartz..D.1997)، حيث يُعرفُ هذا المفهوم بقوله أنه: "هو مجموع الموارد الواقعية أو المحتملة التي يتم الحصول عليها من خلال امتلاك شبكة من العلاقات الدائمة المرتكزة على الفهم والوعي المتبادل، وذلك في إطار الانضواء تحت لواء جماعة معينة، فالانتماء لجماعة ما يمنح كل عضو من أعضائها سندا من الثقة والأمان الجماعي، وتؤكد البحوث الميدانية التي أجريت في كثير من المجتمعات على وجود العلاقة التي تحدث عنها **بورديو (Bourdieu)** بين رأس المال الاجتماعي والحصول على وظائف أفضل في المجتمع، والترقي المهني المبكر، فنظريته عن رأس المال الاجتماعي تتعامل في الواقع معه باعتباره رصيذا اجتماعيا من العلاقات والرموز يتفاعل مع الرصيد الذي يملكه الفرد من رأس المال المادي، فالفرد عندما ينشئ شبكات اجتماعية أو ينضم إلى أحزاب سياسية أو يستخدم ما لديه من رموز المكانة في ممارسات اجتماعية، فإنما يُكوِّنُ لنفسه رصيذا اجتماعيا وثقافيا يزيد من مصالحه ومن رصيده من القوة والهيبة¹.

ولا يكتمل الحديث عن رأس المال الاجتماعي دون استعراض هذا المفهوم لدى باحث آخر يعود إليه الفضل في شيوع المفهوم وانتشاره، فمع **بوتنام (Putnam)** لم يعد التركيز منصبا على وجود علاقات السلطة واللامساواة الناتجة عن تباين الأفراد في ما يملكونه من رأس المال بأنواعه المختلفة، وإنما أضحى التركيز لديه منصبا على القيم الاجتماعية الأساسية والمهمة في حياة الناس، وفي مقدمتها الثقة بالآخرين (trust) والتسامح (tolerance)، والتبادل القائم على الانتماء المشترك (exchange)، ففي رأي **بوتنام (Putnam)** رأس المال الاجتماعي هو "شبكة من العلاقات الاجتماعية التي تتضمن قيمة كبيرة للأفراد الذين تتشكل منهم هذه الشبكة، وهذه العلاقات

¹ المرجع السابق، ص 147.

تشبه رأس المال البشري والطبيعي في تأثيرها على إنتاجية الأفراد والجماعات، فرأس المال الطبيعي بالنسبة إليه يوجد في الأدوات الطبيعية، ورأس المال البشري هو ما يملكه الأفراد من قدرات، وأما رأس المال الاجتماعي فيتجسد في العلاقات بين الأفراد وفي معايير التبادل الاجتماعي، والثقة بين أفراد المجتمع.

حيث يحدد هذا الباحث مقومات رأس المال الاجتماعي في ما يلي:

- الثقة: ينظر إلى هذا المقوم باعتباره أهم مقومات رأس المال الاجتماعي في المجتمعات المعاصرة بسبب اعتماد المقومات الأخرى عليه.
- التبادل: وهو مقوم من المقومات اللازمة والضرورية لبناء رأس المال الاجتماعي بين الأفراد في المجتمعات الحديثة المعقدة.
- المشاركة المدنية: يسهم هذا المقوم مع المقوم السابق "التبادل" في نمو الثقة بين الأفراد في المجتمعات الحديثة¹.

2.8. المجالات الرئيسية لرأس المال الاجتماعي الافتراضي:

عند الحديث عن قدرة الإنترنت على تشكيل رأس المال الاجتماعي من خلال مشاركة الأفراد في الفضاءات الافتراضية، والمعايير التي يكونها المشتركون في هذا المجال، يرى عدد كبير من الباحثين أن للإنترنت قدرة في ذلك يمكن أن نراها في المجالات الآتية:

1. الثقة:

"أينما وجدت الثقة وجد التبادل كما يقول بوتنام (Putnam) ، فكلما كانت هناك ثقة بين الأعضاء الذين يشكلون الجماعة الافتراضية كان تبادلهم في هذا النوع من المجتمعات قويا، وكان رأس مالهم الاجتماعي قويا كذلك، لذا اعتبر Putnam الثقة المقوم الأساس الذي يستمد منه رأس المال الاجتماعي الافتراضي قوته، فالجماعة التي يكون أعضاؤها جديرين بالثقة هي جماعة أكثر قدرة على الإنجاز، كما يقول مقارنة بالجماعات الأخرى التي تفتقد إلى هذا المقوم من مقومات

¹ حلمي ساري، التواصل الاجتماعي، المرجع السابق، ص 149.

رأس المال الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية، حيث نجد في هذا الصدد المفكر **فوكوياما (Fukuyama)** يؤكد على أهمية الثقة وعلى صلتها العميقة برأس المال الاجتماعي بقوله: " إن رأس المال الاجتماعي هو قدرة تنشأ من خلال انتشار الثقة وما يرتبط بها من قيم داخل المجتمع أو في أجزاء معينة منه".

ويتبين دور الثقة في المجتمعات الافتراضية في عديد من الدراسات الميدانية وبخاصة تلك التي أجراها الباحث **آجرين**، فعند سؤاله المشاركين في الجماعة الافتراضية التي أجرى عليها دراسته عن مقدار الثقة في المحادثات التي يجرونها في ما بينهم، تبين له أن هناك قدرا كبيرا منها بينهم، وقد تبين له أيضا أنه لا يوجد معلومات يتم تبادلها ولا معايير تلاحظ ولا سلطة متواجدة ولا توقعات ولا التزامات ظاهرة دون وجود ثقة بين المشاركين في هذا النوع من المجتمعات.

2. التبادل في مجال المعلومات:

إذا كان نجاح الجماعات الاجتماعية في المجتمع الحقيقي أو الواقعي في قيامها بوظائفها وتحقيق أهدافها وممارسة نشاطاتها يحتاج إلى التبادل، كما يرى علماء الاجتماع التبادلي¹، فإن مثل هذا النجاح في الجماعات الافتراضية يحتاج إلى التبادل أكثر مما تحتاجه المجتمعات الحقيقية، ذلك أن التبادل يعد مقوما ضروريا للتفاعل والمشاركة في نشاطات الجماعات الافتراضية فشعور الأفراد بأنهم يشكلون مجتمعا افتراضيا هو مجتمع "نحن" وإحساسهم بهذا المجتمع، هو أحد أهم المحددات لتكوين رأس المال الاجتماعي لهؤلاء الأفراد.

وتؤكد الدراسات في مجال رأس المال الافتراضي والمجتمعات الافتراضية أن أهم المجالات التي يفصح فيها التبادل عن نفسه في هذه المجتمعات هو مجال تبادل المعلومات، إذ يسهم التبادل المعلوماتي في طرح مجال للاستفادة في حل المعضلات ذات الأبعاد التقنية والاجتماعية، وقد توصل الباحث **آجرين** إلى هذه النتيجة من خلال دراسة قام بها على عينة من الصحفيين السويديين المبتدئين في العمل الصحفي ومجموعة أخرى لها اهتمام في مجال النشر والمعلومات فقد تبين له بأن إمكانية تبادل المشاركين للمعلومات التي بحوزتهم، والعمل على توظيفها في

¹ المرجع السابق، ص 153.

علاقاتهم الاجتماعية في واقعهم اليومي هو أهم الفوائد التي يجنيها هؤلاء المشاركون من مشاركتهم في الفضاء الرمزي، فهذا الفضاء هو بمثابة رأس مال اجتماعي لهم.

3. تكامل الاهتمامات وتجانسها:

يرتبط الإحساس بالمجتمع الافتراضي بالاهتمامات المشتركة والمتجانسة بين الأفراد، وذلك من منطلق حقيقة أن المجتمع الافتراضي يقوم بالدرجة الأولى على تجانس الاهتمامات، إذ يشكل هذا التجانس بوابة لتحقيق التكامل في السياقات الافتراضية، ويعد هذا العنصر بعدا فاعلا في تشكيل شبكات العلاقات الاجتماعية المتباينة عبر الإنترنت بما يسهم في تشكل رأس المال الاجتماعي.

4. الدعم والمساعدة:

المقصود بالدعم هنا هو تلك المؤازرة والمساعدة التي يتلقاها المشترك من خلال امتلاك شبكة من العلاقات الاجتماعية عبر تفاعلاته في المجتمع الافتراضي، حيث يستمد رأس المال الاجتماعي الافتراضي قوته، كما قلنا في أكثر من مكان من تلك الشبكة من العلاقات الاجتماعية التي تتم في رحاب الإنترنت، والتي تقوم على المصالح المتجانسة، إذ يمكن الاستفادة من هذا التجانس في تحقيق مصالح متبادلة بين الأعضاء من ذوي الاهتمامات الواحدة.

وفي ضوء ما سبق يمكن القول بأن مفهوم رأس المال الاجتماعي في العالم الافتراضي يتفق إلى حد بعيد مع المفهوم الذي يتصف به في العالم الحقيقي، غير أن الاختلاف الجوهرى بين رأس المال العام الواقعي، ورأس المال الاجتماعي الافتراضي يكمن في تلك التفاعلات التي تتم بين الأفراد المشتركين في الواقع الافتراضي، إذ يستمد رأس المال الاجتماعي الافتراضي قوته من هذه التفاعلات ومن تلك العلاقات التي يقيمها الفرد أو المؤسسات عبر الإنترنت مع الآخرين، وهذه العلاقات التفاعلية والافتراضية هي التي تؤسس لهذا النمط من رأس المال¹.

¹ المرجع السابق، ص 154-155.

9- الثقافة الرقمية:

تتكون الثقافة من القيم، المشاعر، والمعاني، وهي تشمل التراث الاجتماعي المتراكم، أنماط التفاعل، والمعرفة المشتركة، والإحساس بالماضي المشترك، والثقافة هي مجموعة التقاليد والتفسيرات العملية لها، والتي تنتج من خلال التفاعل الاجتماعي، وهي من أكثر الأنماط المستقرة في البناء الاجتماعي التقليدي، أما تاريخياً فنتج الثقافة من خلال التفاعل الرمزي في مكان وزمان معين، لكن في المجتمعات الافتراضية بما أن الوقت يمضي بسرعة فهو يُفصَى، والمكان يتحول إلى فضاء من التدفقات أين تتماشى فيه كل الرموز دون الرجوع إلى الخبرة، أين تصبح الثقافة هنا تأخذ شكل شبكة تفاعلية في النصوص التشعبية الإلكترونية، أين يتم الخلط بين كل شيء، فهي في هذه الحالة أصبحت تفسر بشكل ذاتي¹، ففي سياق المجتمعات الافتراضية تشير إلى الثقافة وفقاً للاتجاه السوسيو أنثروبولوجي الذي يعتبرها أنماطاً غير مستقرة في البيئة الإلكترونية، نظراً لتداخل ثقافات كثيرة ضمن فضاء واحد² حيث مثلما تكون الفرصة متاحة لنشر الثقافة المحلية مثلما تكون أيضاً متاحة بنفس الشكل أو أكبر إلى التعامل مع ثقافات متنوعة ومختلفة دخيلة على المجتمع الأصلي، مما يفتح المجال لإمكانية التشبث بالثقافة العالمية أو ثقافة العولمة، " حيث في هذا الفضاء من الممكن أن تضيع الخصوصيات المحلية والهويات الثقافية كمحاولة لتشكيل العقل وإعادة إنتاج ثقافة الشعوب بعيداً عن جذورها الوطنية وإرثها التاريخي لصالح تكريس الثقافة الغربية وخدمة لمصالح النظام العالمي الجديد، مما يؤدي إلى شيوع اللامبالاة، فقدان الإحساس بالانتماء، اللامعيارية، الاغتراب الثقافي"³ وغير ذلك من الظواهر المصاحبة للعولمة الثقافية، التي لا تزيد الشباب بشكل خاص إلا انفصالاً عن مجتمعاتهم المحلية وبالتالي يتم بهذا المساس بالقيم والقواعد التأسيسية لثقافة كل مجتمع.

¹ Manuel Castells, ...op.cit, p21.

² Stine Gotved, ... op.cit, p 470.

³ شحاتة صيام، علم اجتماع العولمة، ط1، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 114-115.

وفي هذا الصدد يشير " الباحث الأنثروبولوجي هرسفويتش (Hershovits) إلى أن التواصل بين الثقافات الذي يتم في زمننا هذا هو لعبة التماثل (le jeu analogique) التي تسعى إلى تجسيدها رموز العولمة اقتصادا واستهلاكيا ومخيالا؛ ففي الوقت الراهن تنتشر ثقافة التناظر كما يسميها **ألان مونز (Alain Mons)**؛ والتي باتت تمثل براديجم المجتمعات الراهنة التي هي نتاج شكل من أشكال المثاقفة المنظمة والإكراهية (acculturation organisée mais forcée) التي تعلق فيها العلاقات الاجتماعية بما فيها من تواصل واقعي، لتسود العلاقات الافتراضية في مجتمع موسط بثقافة الصورة، ثقافة لا تتبادل المختلف بقدر ما تستوعب التماثل والمتشابه؛ فكل صورة ليست سوى صورة لصورة أخرى، تقتلع هذه النسقية من الصور الفرد من مجاله لتعلق به في فضاء استعاري يستدعي الحلم والرغبة؛ الحلم بالسفر دون تحقيقه، والرغبة في اختراق جدران الحدود دون بلوغها، وتأخذ الصورة بما فيها من مخيال طابعا تعويظيا إيهاميا لأحلام الفرد قصد تثبيته في مخيلته.

إن فيض الصور الذي يجتاح العالم اليوم، والتي يتقبلها الناس من خلال الوسائط التقنية للإعلام والاتصال تحل الآخر العالمي في الأنا المحلي، فتصنع أهواءه وأحلامه، وتخلق نسقا جديدا من التخيل يلوث اليوم الحياة الاجتماعية، كما يقول **مارك أوغي (Marc Augé)**: صور تنزع عن الواقع واقعيته، وعن الاجتماعي تفاعليته¹، " فالعلاقة هنا هي تقنية، وليست ثقافية اجتماعية، حيث ينزع فضاء التقاطع بين الثقافات نحو تكثيف الافتراضي وتقليص الواقعي بروابطه الاجتماعية المباشرة، هذا الفضاء يلغي الواقع ليكتف غير الواقع (l'irréel)، إنه فضاء الشبكة والشاشة الرقمية الذي ينزع عن التبادل خاصيته الواقعية المرتبطة بالأرض، فيرده تبادلا مستحيلا حسب تعبير **بودريار (Baudrillard)**، لأن السياق العالمي الموسوم بالتفاوت التقني لا يوفر فرصا متساوية لمختلف الثقافات"². فالثقافة الغالبة هنا هي ثقافة الدول المهيمنة على هذا الفضاء الافتراضي. ومن ناحية أخرى نحن اليوم أمام مرحلة غير مسبوقة من التغير الثقافي الذي تشهده المجتمعات المعاصرة، إذ تمتلك الثقافة الجديدة خصائص فريدة تجعلها مختلفة عما كان مألوفاً

¹ الثقافة والآخر، تكريما للطاهر لبيب، د.ط، المعهد العالي للعلوم الإنسانية بتونس، الجمعية التونسية لعلم الاجتماع، الدار العربية للكتاب، تونس، 2006، ص 179.

² المرجع نفسه، ص 181.

حيث أن المصادر الرقمية هي متنوعة ومتاحة تقريبا: من كتب إلكترونية شاملة، دوريات إلكترونية وأفلام سينمائية، قواعد بيانات، مواقع معرفية وتعليمية.... بالإضافة إلى عدة موارد معلوماتية هائلة، وضخامتها تتسبب في التشتت وعدم القدرة على المتابعة المستمرة، فهذا الفيض المعلوماتي يُصعّب عملية اكتساب ثقافة متماسكة، نجد الدكتور السيد يسين يعبر عن هذا بقوله: " من المعروف أن تنمية التعلم والعلم أصبحت تعتمد اعتمادا كبيرا على الاستخدام الصحيح للمعلومات وأدوات الاتصال وسينعكس ذلك على البرامج التعليمية والتعلم عن بعد...كل هذه التطورات سوف تؤدي إلى طفرة نوعية في التعلم والبحث العلمي، وفي التنمية الإنسانية عموما، بل أن بعض هذه التكنولوجيات سوف تؤدي إلى تأثير بالغ على المعرفة الإنسانية بحكم تسارع وتعمق التراكم المعرفي"¹. فالثقافة المكتسبة هنا مثلما لها طابع ايجابي مثلما تحمل في طياتها سلبيات عدة لها أثرها البالغ على ذهنية الأفراد وأنماط تفكيرهم.

¹ جليلة عبد الله خلف، الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص.ص 40-44.

الفصل الرابع:

الحياة الافتراضية: اتصال أم انفصال

عن الواقع وعن الذات

- 1 لمحة عن ماهية الذات
- 2 بناء تصور الذات عند Mead
- 3 الصراع القيمي لدى الشباب الجزائري في ظل العولمة
- 4 العالم الافتراضي بين الواقع والخيال
- 5 تأثير الإنترنت على العلاقات الاجتماعية للشباب
- 6 تقديم الذات في الحياة اليومية
- 7 آليات عرض الذات في الشبكات الاجتماعية
- 8 مقارب لعرض الذات في الفضاء الافتراضي

1-لمحة عن ماهية الذات:

تعددت تعريفات الذات بتعدد الاتجاهات البحثية التي حاولت التعمق في هذا المفهوم، خاصة من حيث محاولة تفسير المحددات النفسية والاجتماعية، والتفاعلات التي تدخل في تشكيله، " فقد احتلت الذات مساحة كبيرة في نظريات الشخصية إذ يعتقد الكثير من علماء النفس ومن منظري الشخصية أن أفضل السبل لفهم الإنسان والتعامل معه هو اعتباره كلاً منظماً، ويقصد بمفهوم الذات: الاتجاهات والأحكام والقيم التي يحمل الفرد بالنسبة لسلوكه وقدراته، وجسمه وقيمه ويمكن بذلك اعتبار مفهوم الذات بعداً من أبعاد الشخصية، التي يختلف الناس فيه مثلما يختلفون في أية صفة أخرى، فقد برز مفهوم الذات لدى الإنسان لأنه الكائن الوحيد الذي وعي ذاته من بين الآلاف من الكائنات الحية التي تعيش على الأرض، وكان نتيجة هذا الوعي بالذات أن أصبح الإنسان نفسه موضوعاً للملاحظة من قبل نفسه، وقد اعتبر هذا المفهوم من العوامل الموجهة لسلوك الإنسان على الصورة التي يفهم بها الإنسان نفسه، وكان من المعروف لدى علماء النفس في ذلك الوقت أن أهم محتويات العقل الشعوري هي خبرات الفرد عن نفسه، كما عنت فكرة الذات لدى التجريبيين الأوائل تحسس الفرد لحالته الداخلية وقد تحددت هذه النظرة في مطلع القرن العشرين"¹.

ويعد مفهوم الذات من الأبعاد المهمة في الشخصية الإنسانية والتي لها أثر كبير في سلوك الفرد وتصرفاته، حيث يلعب دوراً كبيراً في توجيه السلوك وتحديده، فالكيفية التي يدرك بها الفرد ذاته تؤثر في الطريقة التي يسلكها، ومفهوم الذات ذو أهمية كبيرة في تكيف الفرد، فالأفراد الذين يحملون مفهوماً إيجابياً للذات عن أنفسهم يتكيفون أكثر من الأفراد الذين يحملون مفهوماً ذاتياً سلبياً لذا فإن معرفة كيفية إدراك الفرد لذاته تساعد في عملية تقويمه.

إذ يرى الفرد نفسه وعالمه في عملية ديناميكية من الإدراك المتواصل لقدراته الإنسانية، وهو لم يتحرر من البحث عن الإجابة لعدد من الاستفسارات مثل: من أنا؟ أين أمضي؟ لماذا أنا؟ ما هو موقعي في المجتمع؟ وهي الأسئلة التي تتعامل مع هويتنا، صفاتنا، مسؤوليتنا، أهدافنا، قيمنا وعلاقتنا بالآخرين، طريقتنا في الحياة كوننا أشخاصاً منفردين، وهذا ما أكده ألبورت (Allport)

¹ غازي صالح محمود، شيماء عبد مطر، مفهوم الذات، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 1432هـ/2011م، ص18.

بأن ملاحظتنا الأساسية في النمو والتطور لدى الإنسان يمكننا أن نكتشفها بالبحث داخل أنفسنا لمعرفة الجوانب الفريدة التي تميزنا في البداية، وربما الأفضل اكتساب المعرفة من الآخرين فالإنسان وحدة فريدة في حدود الذات، وهو النظام الذي يعمل بشكل متكامل وينظر إلى الشخص عن طريق جوانبه المثالية التي يتميز بها بوصفه كائنا بشريا، والتي تقيمه على أنه شخص وظيفي كامل، وبامتلاك الشخص قيمه وأهدافه المناسبة فإنه يستجيب بشكل تام أو كامل ويكون مدركا ومميزا ومنظما لملاحظاته عن عالمه الشخصي، وبزيادة الوعي تكون حياة منظمة ومرتبطة، وذات شكل يتميز بوحدة النظام الذاتي وتفرده بوصفها مبادئ ديناميكية لنمو الشخصية.

ويعد مفهوم الذات (والذي يعني فكرة الفرد عن ذاته) من أبرز المفاهيم التي تبين شخصية الفرد وحجر الزاوية لها، والتي تمثل مجموعة السمات الجسمية والعقلية والانفعالية والاجتماعية ولذلك فهو واحد من أهم العوامل المؤثرة في السلوك الاجتماعي للأفراد ومن بينهم شريحة الشباب وتكون الذات مطلب من مطالب النمو الرئيسية في مرحلة الشباب وتعلم السلوك الاجتماعي الذي يؤدي بالفرد إلى الالتزام بسلوك المسيرة القائم على المسؤولية وممارساته في الحياة اليومية، والذي يؤدي إلى خلق حالة من التوافق النفسي والتكيف الاجتماعي للأفراد.

ومن بين أبرز الباحثين الذي قاموا بدراسة الذات نجد **ويليام جيمس (William James)** الذي رأى أن **للذات بعدين**: أحدهما أن لها وظيفة تنفيذية (حيث أشار أنها ترتبط بموضوع الفلسفة) والبعد الثاني أن الذات (موضوع) والذي يرى أنها تتضمن أي شيء يجعل الفرد ينظر بأنه ينتمي إليه، ومن أشهر تعريفات هذا الباحث عن الذات أنها: "إحساس الفرد بالهوية".

فالذات في اللغة العربية من (الذات) وهي مؤنث (ذو)، وحسب المنجد في اللغة والأدب والعلوم ذات الشيء نفس الشيء أو عينه وجوهره، فهذه الكلمة لغويا مرادفة لكلمة النفس، أما عند **ويليام جيمس (William James)** فالذات تشير إلى الهوية، وهي بذلك مكونة من طبقات:

- 1- الذات المادية (Materal-self): وتتكون من الجسم، ممتلكات الفرد، أسرته وأصدقائه.
- 2- الذات الاجتماعية (Social-self): وتمثل انطباعات الآخرين عن الفرد ويكون لدى الفرد من الذات الاجتماعية بعدد ما يوجد من أشخاص أو جماعات، والمكون الأساسي فيها هو تقدير الآخرين له من معارف وأصدقاء واهتمامهم واعترافهم بها.

3- الذات الروحية (Spirit-self): ووظيفتها تنظيم الاتجاهات والسمات المتضادة وقد ذكر جيمس (James) أنه من أبرز خصائصها الثبات بإحساس الفرد بفرديته من خلال التجارب الشخصية والقابليات والإحساسات والأفكار والقيم.

4- الأنا الأعلى (Super ego): وهي في الحقيقة ليست منفصلة عن الذات الروحية، كما جاء ذكر كلمة النفس في القرآن الكريم بثلاث مفاهيم أساسية (النفس الأمرة بالسوء- النفس اللوامة- النفس المطمئنة)¹.

يمكن القول بأن الذات تمثل أفكار الفرد الذاتية التي يتمثلها من خلال التفاعل الاجتماعي مع الآخرين، فالذات هي إحساس الفرد بقيمة نفسه من خلال احتكاكه مع البيئة المحيطة به، وهذا ما أكد عليه "روجرز (Rogers) من حيث أن ظهور الذات يتكون من خلال تفاعل الفرد مع بيئته والنمو التكويني النفسي السليم لمفهوم الذات يحدث في جو يتمكن فيه الفرد من أن يعيش الخبرة فعلا، ويكون قادرا على قبول ذاته وقبول الآخرين، وقد أكد هذا الباحث على مفهوم التطابق والتناظر في عملية تطور الشخصية، ويعني التطابق (Conguence) عدم وجود صراع بين الذات المدركة أو الفعلية، وبين الذات المثالية (Edeal self) والتي تعني ما يطمح أن يكونه الشخص.

ويمكن أن نحدد أهم الممارسات التي يتضمنها مفهوم الذات في ما يلي:

1- المجال الجسمي:

يعتقد الفرد أنه يحمل خصائص جسمية ايجابية إذا كان لديه مفهوم ذات ايجابي من حيث الشكل والمظهر والصحة والتمتع بالقوة البدنية، وبخلاف ذلك يحمل الفرد مفهوم ذات سلبي.

2- المجال العقلي والدراسي:

إن الفرد لديه مفهوم ذات ايجابي حين يعتقد أنه يحمل خصائص عقلية ودراسية ايجابية من قدرات عقلية كالذكاء، التذكر، التذكير، التفكير والتفوق في الدراسة والحرص والاهتمام بالموضوعات العلمية والثقافية، وبخلافه يحمل الفرد مفهوم ذات سلبي.

¹ غازي صالح محمود، شيماء عبد مطر، مفهوم الذات، المرجع السابق، ص.ص 19-21، (بتصرف).

3- المجال الاجتماعي:

إن الفرد الذي لديه مفهوم ذات ايجابي يعتقد أنه يحمل خصائص اجتماعية ايجابية من ناحية اهتمامه وسعيه للتفاعل الاجتماعي، احترام قيم وتقاليد المجتمع، ويحب الاختلاط بالآخرين والاهتمام بهم، وبخلافه لمن يحمل مفهوم ذات سلبي.

4- مجال الثقة بالنفس:

إن الفرد الذي لديه مفهوم ذات ايجابي يعتقد أنه يحمل خصائص الثقة بالنفس كالايجابية والإيمان بإمكانياته وقدراته والاعتماد على نفسه والتكيف والانجاز والطموح والقدرة على مواجهة المواقف بجرأة وشجاعة وبخلاف لمن يحمل مفهوم ذات سلبي¹.

2- بناء تصور الذات عند Mead (the construction of self-image):

" عندما نتحدث عن الاتصال وإدراك الذات، فإننا نعني بالتحديد الذات البشرية كأصغر وحدة في العملية الاتصالية، فالذات ما هي إلا نتاج المعاشية الشخصية لتوقعاتنا وأدوارنا في مختلف المواقف الاجتماعية"²، فصحیح أن الاتجاه الذي يتكون لدى الفرد حول ذاته يُجسّد نظريته الشخصية التي تتشكل لديه بناء على الكيفية التي ينظر بها إلى نفسه، وعلى الموقف الذاتي الذي يتخذه إزاء ما يتميز به من سمات جسدية، فكرية، نفسية، اجتماعية، فكل هذا يدخل ضمن إدراك الفرد لذاته وهذا الإدراك رغم ذاتيته إلا أنه يتأثر ببعض العوامل الخارجية، حيث أن هذا الإدراك لا يتشكل بمعزل عن طبيعة التفاعل الاجتماعي للفرد مع الآخرين

" فكما يرى كل من مانس وماتزر (Manis and Meltzer) فإن مدركاتنا الحسية اتجاه ذاتنا مستوحاة من خلال علاقتنا بالآخرين، الأمر الذي يعني أن تشكيل مفهوم الذات لدى الإنسان ينبثق من خلال تنمية وتطوير الاتصال بالآخرين، والإحساس بالاعتزاز في وسط اجتماعي هو مؤشر عن ضيق وعجز في شبكة الاتصال بهم، حيث يؤكد ميد (Mead) على أن إمكانية نشوء

¹ المرجع السابق، ص.ص 22-25.

² حسين خريف، المدخل إلى الاتصال والتكيف الاجتماعي، دراسات نقدية، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 1426هـ / 2005، ص 24-25.

مفهوم الذات لدى الإنسان تبرز من خلال تبني مواقف الآخرين اتجاه الذات، فجوهر العملية الاجتماعية للاتصال قد يتطلب من الفرد تبني أدوار وأفكار الآخرين، كمحاولة منهم لإظهار الانسجام معهم، لأن مفهوم الفرد لذاته يولد من خلال الاستجابة للذات انطلاقاً من وجهة نظر الآخرين له، ومن هذه الزاوية بالذات يدخل عنصر التكيف الاجتماعي، فالفرد حينما يغيّر مفهومه عن ذاته تحت تأثير نظرة الآخرين إليه، إنما يسعى إلى الاشتراك معهم في نفس المفهوم ويكيف سلوكه ومواقفه بما يتماشى ورغباتهم¹.

ففي بعض الأحيان يتخذ الأفراد مواقف وآراء تكون بعيدة عن قناعاتهم الذاتية، حيث يطمسون رأيهم الشخصي لتجنب الإحساس بالخروج عن الموقف العام للأفراد، أو الخروج عن الرأي السائد للجماعة، وهذا الأمر لا يتم على المستوى الفكري فقط، وإنما يتعدى ذلك إلى مستوى الأفعال الاجتماعية.

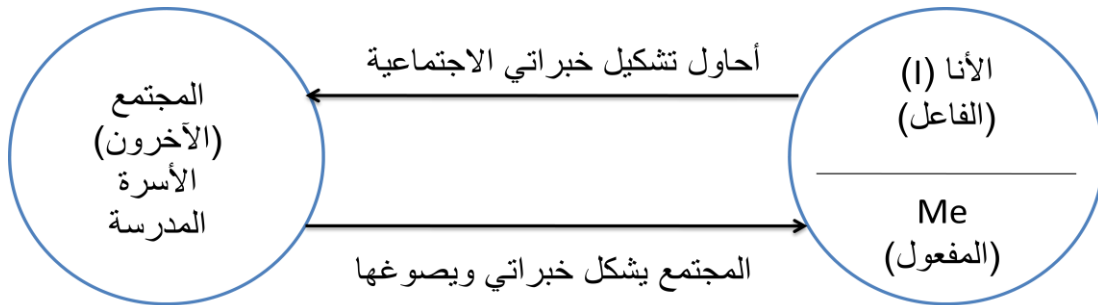
وفي هذا السياق يحدد ميد (Mead) مرحلتين هامتين لنمو الذات:

"مرحلة اللعب الفردي (play stage)، ومرحلة اللعب الجماعي، فالطفل قبل هاتين المرحلتين تكون علاقته بالآخرين علاقة تقليد دون إدراك واعي بمعاني الأفعال، ففي المرحلة الأولى: يبدأ الطفل بتجريب أدوار معينة مألوفة مثل: دور الأب، المعلم والطبيب، ويمثل التظاهر لدى الطفل أداة داخلية قوية للتعلم، ولكنها تكون محدودة، وفي هذه المرحلة لا يتجاوز الطفل ببصره الأدوار الفردية إلى رؤية أكثر عمومية للمواقف الاجتماعية، وكل ما يحاوله الطفل هو أن يقوم بأدوار "آخرين مهمين" شاهدتهم عن قرب أو عن بعد (وسائل الإعلام)، وفي هذه المرحلة المبكرة للتحكم يعرف الطفل بعض الأجزاء الهامة للكل، دون أن يُلمّ بالكل إماماً كافياً. وتشهد المرحلة الثانية تقدماً مزدوجاً، فالطفل من وجهة نظر ميد (Mead) يجب أن يلمّ باتجاهات جميع الآخرين المشتركين في اللعب أو الموقف، وبالتدرج يصبح الطفل واعياً أكثر من الناحية الاجتماعية، ليس بالألعاب فقط، بل بالمواقف الاجتماعية الأخرى، ومع ذلك فإن النمو المتكامل للذات لا يتوقف فقط على الوعي بجميع أدوار الآخرين في موقف ما، وإنما يعتمد أيضاً على

¹ حسين خريف، المرجع السابق، نفس الصفحات.

المقدرة على الإدراك أن الجماعة والمجتمع المحلي ككل يمارس ضبطا على سلوك أعضائه¹، وبهذا المعنى أطلق هذا الباحث على الجماعة مصطلح "الآخر العام" (generalized other)، وحينما يتعلم الطفل أن يأخذ في اعتباره اتجاه الآخر عندها يصبح عضوا كاملا في المجتمع².

فالتأثير الأكثر شيوعا هو كيف تستخدم تفسيرات الآخرين، وما المعنى من وراء السلوك الذي يعبر عن تفكيرنا، وبالتالي: فأنا أكون ما أنا أفكر وأنت تفكر فيما أكون (i am what i think) (you think i am)، وعلى هذا الأساس قسم ميد (Mead) الذات إلى الفاعل (I) والمفعول (ME) والأنا هو الجزء الإيجابي من الذات، أما المفعول فهو الجزء السلبي، أي هو الجزء الذي يؤثر فيه "الآخرون العامون"³.



الشكل رقم (7): نموذج التنشئة الاجتماعية من المنظور التفاعلي الرمزي.

في حياتنا اليومية " نواجه أعدادا كثيرة من الناس، كل منهم يأخذ سلوكنا اتجاههم، ويرمز إلى شيء ما نحو أنفسنا، وهم يفسرون سلوكنا في ضوء الأدلة التي وجدوها، وهم عندئذ يتصرفون اتجاهنا على ضوء هذا التفسير الذي يدل على المعنى الرمزي المتاح لهم، ونوعية الأشخاص الذين قرروا أن يكونوا، فصورة أنفسنا تتأثر بشكل كامل بردود أفعال الأفراد الذين نتفاعل معهم ونتصل بهم، ولذا فنحن لا نستطيع أن نتجاهل أي نمط من الأشخاص الآخرين الذين يخبروننا من نكون"⁴.

¹ مصطفى خلف جواد، قراءات معاصرة في نظرية علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره، ص 57.

² المرجع نفسه، ص 58.

³ فيليب جونز، النظريات الاجتماعية والممارسات البحثية، مرجع سبق ذكره، ص 154.

⁴ المرجع نفسه، ص 155.

ويذهب تشارلز كولي (Charles Cooley) إلى نفس ما ذهب إليه ميد (Mead) لكنه يستخدم مصطلحا مغايرا؛ ألا وهو "الذات العاكسة" (looking glass self) ليصف به كيف أننا نكون انطبعا عن أنفسنا من خلال استجابات الآخرين، وعندما يصبح الفرد واعيا بالجزء السلبي من ذاته (المفعول) يكون عندئذ قادرا أن يؤثر في نفسه بالتحكم فيها، وبلغة ميد (Mead) يصبح الفرد موضوعا لذاته، ويمتد الوعي الإنساني إلى أشياء أخرى، وناس آخرين بالإضافة إلى ذات الفرد، كما استخدم ميد (Mead) مصطلح "الإيحاء بالإشارة" (making indication) لوصف عملية الوعي، ويمثل هذا المصطلح ركيزة من ركائز عملية صياغة المعاني والأفعال عند الإنسان¹ وهذه الصياغة حسبه تتم من خلال اللغة التي تعتبر حسبه كأحد الملامح المحورية التي تعد المحرك الرئيسي للاتصال الاجتماعي، والتي يكون الهدف منها هو التعبير عن المعنى².

3- الصراع القيمي لدى الشباب الجزائري في ظل العولمة:

لكي نقرب من واقع الشباب الجزائري أو حتى من سماتهم التي يتصفون بها عادة، وجب علينا البحث أولا عن طبيعة السياق الاجتماعي الذي يعيشون فيه، حيث ارتأينا هنا التركيز على الأسرة كوحدة اجتماعية لها تأثيراتها على تنشئة هؤلاء الشباب وعلى اتجاهاتهم، ومن ثم التطرق إلى الحديث عن التأثير على مستوى القيم لدى هؤلاء الشباب، في علاقته بانتشار وسائل الإعلام وخاصة تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

3-1- خصائص الأسرة الجزائرية الحديثة (التغير في طبيعة البناء الاجتماعي):

تعاني الأسرة الجزائرية اليوم من وجود خلل على المستوى البنائي أو انحراف يحدث في إطار المجتمع، بحيث ينجم عن هذا معوقات تؤدي إلى اختلالها كنسق اجتماعي، مما يؤدي إلى عدم إشباع حاجات الفرد النفسية والاجتماعية، حيث تبرز هذه الأخيرة من خلال حدوث خلل في العلاقات الإنسانية مما يؤدي بدوره إلى حدوث انحراف أو تفكك اجتماعي، فالأسرة الجزائرية تعاني اليوم من الكثير من المشكلات التي أدت إلى زعزعة بنائها خاصة على مستوى العلاقات التي

¹ فيليب جونز، المرجع السابق، ص58.

² المرجع نفسه، ص59.

تعتبر أساس استمرار الأسرة واستقرارها، انهيارها أو تفككها، فالتفاعلات القائمة داخل الأسرة هي التي تحدد الأدوار والمهام التي يقوم بها كل عضو فيها¹، فكلما أنجزت الأدوار كلما زادت شبكة العلاقات قوة، فالأسرة الجزائرية قد اكتسبت أنماطا جديدة من السلوكيات والقيم والعادات، كما أنها تتميز بسرعة تغيرها وتناقص عدد أفرادها، وضعف السلطة الأبوية وضعف الضبط الاجتماعي "فما وضعية الشباب الجزائري في مجتمعه المحلي" إلا نتيجة التغير في الحراك الاجتماعي في الآونة الأخيرة.

حيث نجد كينستون (Kniston) يصف تهميش الشباب بسلوكيات تتعلق بآليات التفكيك وانتهاك مستوى الحراك التاريخي بما يعني الشعور بالفراغ أو بالإقصاء التاريخي، ففي المجتمع الجزائري قد تغير نظام العلاقات والتبادلات التي كانت تتسم بالثبات وتقسيم الأدوار حيث لم يعد للأسرة الدور الرئيسي في تحديد النموذج الثقافي السائد، بل أصبحت تتدخل مؤسسات أخرى وعلى رأسها وسائل الإعلام والاتصال، وعلى إثر هذا غدت الأسرة الجزائرية تفقد ثوابتها وأصبحت تتميز بالهشاشة، وتقوم على المصالح أكثر من الأحاسيس والمشاعر، وقد فقدت العائلة بحكم هذه التأثيرات شيئا من وظائفها المعنوية والوجدانية، فتقلصت درجة التماسك العاطفي بين أفرادها وفقدت التقاليد سلطتها وتلاشى دور المراقبة الاجتماعية، وإن تأسيس نظام أخلاقي جديد يتطلب الكثير من الوقت². فالأسرة الجزائرية في الوقت الراهن أصبحت تتميز بالعديد من الخصائص التي اكتسبتها على إثر التغير الاجتماعي والثقافي الذي عرفه المجتمع الجزائري، وهذا ما كان له الدور الفاعل في جعل الأسرة الجزائرية تتطبع بقيم جديدة وبتمثلات تختلف عما كانت تتميز به الأسرة الجزائرية التقليدية في وقت مضى، والعامل الأكبر المؤثر هنا هو وسائل الإعلام.

ولعل من أبرز تلك الخصائص ما يلي:

¹ مصطفى عوفي، رضا سلاطنية، أثر الضغوط الحضرية على التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 17، مارس 2016، ص 22.

² المرجع نفسه، ص 23.

- تقلص حجم الأسرة:

تتميز الأسرة الجزائرية الحديثة بالشكل الزواجي الصغير، فلقد أصبحت تميل إلى صغر حجمها، بما جعلها تتميز بتباعد الولادات عكس ما كان سائدا في الماضي، على اعتبار أن ذلك يتعارض مع الدين¹.

- تغير المكانة الاجتماعية للمرأة:

لم تعد المرأة الجزائرية هي تلك البنت أو الزوجة المنعزلة، والمتحفظة أمام الرجل، إذ نشأت وضعية جديدة داخل الأسرة، ولم تعد تحت سلطة الأخ، الزوج والأب، فالوضعية الجديدة للمرأة تسمح لها بأخذ الكلمة واتخاذ المبادرة، وتسيير حياتها الخاصة، مع تجنب الوقوع في الاصطدام مع أفراد أسرتها، وقد ساعد انتشار التعليم في الجزائر بدرجة كبيرة في تغيير المركز الاجتماعي للمرأة في الأسرة، والمجتمع، كما أن المرأة الجزائرية شهدت في مجال العمل تطورا كبيرا يتناسب مع التطور في المستوى التعليمي، حيث نزلت المرأة إلى ميدان العمل، وأصبحت سيدة الموقف، ومن ثم أدركت أنه لا داعي لتحمل القيود التي كان يفرضها عليها الرجل وأنه ليس هناك ما يبرر استكانتها وخضوعها للرجل، الأمر الذي جعلها تفرض شخصيتها، وتتدخل في اختيار شريك حياتها، وترسم بنفسها خطوط الحياة الزوجية بل وتنازع الرجل في السيادة على الأسرة.

- انحسار سلطة الأب:

أخذت سلطة الأب في الأسرة الجزائرية تتحسر، مما أدى إلى التغيير في المفاهيم السائدة عن الأسرة، وخصائصها، فقد تحول دور الأب الجزائري من السيطرة في العائلة، إلى وضع يتميز بعدالة أكبر، ومن رئيس تسلطي إلى رئيس ديمقراطي، كما أن هالة الأب بصفته الكفيل لضمان القيم الموروثة من الأجداد بدأت تتراجع وأصبح الابن يتمتع بجزء منها.

¹ بسمة طبشوش، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، د.ط، مؤسسة كنوز الحكمة، الجزائر،

- شيوع ثقافة الاستهلاك والمادية:

أصبحت الأسرة الجزائرية الحديثة تتطلع إلى حريات أوسع، وإلى استهلاك أكثر للتكنولوجيا ومظاهر الحضارة والكماليات، وانتشرت هذه النزعة حتى في أبسط الأسر حيث ظهر الاهتمام بالمظهر والملبس، وبتأثيث المنزل، ومستلزمات الديكور العصري والاهتمام بمواد الزينة والتظاهر والتفاخر بين الناس، بما يخرج عن حدود إمكانات الأسرة، ولم تتأخر الفتاة الجزائرية في استجابتها لهذه النزعة، كنتقليد النمط الغربي في اللباس واتباع الموضة وأدوات التجميل، وهكذا أصبحت الأسرة الجزائرية أسرة مستهلكة، مما أدى إلى تصاعد الروح المادية النفعية، كتوجه ومظهر سلوكي¹.

بَعْدَ بناء الأسرة الجزائرية كوحدة اجتماعية وكسياق هام يعيش الشباب الجزائري في خضمه سوف يكون لهذا التغيير آثاره على مستوى تنشئتهم الاجتماعية، وسلوكياتهم - كما سبق وأن ذكرنا - ولوضعية الشباب داخل أسرهم علاقة مفترضة مع طبيعة توجههم نحو الشبكات الاجتماعية، ونمط تفاعلاتهم فيها، فطبيعة العلاقات الأسرية أيضا لها دورها المحتمل في تأطير الحياة الافتراضية الثانية إن صح التعبير للشباب الجزائري، فلو كان التواصل الأسري ضعيفا مثلا سوف يكون هذا دافعا للتوجه والانغماس في المجتمع الافتراضي كنوع من الهروب الاجتماعي أكثر بكثير مقارنة بمن يتمتعون بعلاقات أسرية قوية، فدرجة الشعور بالانتماء إلى الأسرة والاندماج فيها له تأثير لا محال على اتجاه الأفراد ونظرتهم إلى الفايسبوك كمجتمع افتراضي وطبيعة علاقاتهم فيه، مثلما أيضا يؤثر هذا على مدى تشبث الشباب الجزائري بالقيم والمعايير التي تحكم وتضبط السلوك أو مدى تخليهم عنها أو استبدالها بقيم أخرى في ظل التفاعل الاجتماعي الافتراضي، كما أن الأسرة ذات الطبيعة المتسلطة مثلا أو التي تتسم بسلطة أبوية صارمة سيتخذ الشباب المنتمين إليها من الفايسبوك فضاء للحرية أين يمكنهم قول وفعل ما يشاءون دون رقيب لذلك في ظل الكبت الأسري الذي يعيشونه، وهذه الحالات هي على سبيل المثال لا الحصر.

¹ بسمة طبشوش، المرجع السابق، ص.ص 193-195.

3-2- أزمة القيم لدى الشباب الجزائري:

" إن الاهتمام بقضايا الشباب يأتي من منطلق الاعتراف بما لديهم من مكانة مميزة في بناء المجتمع المعاصر، وما لهم من تأثير في مكوناته في مختلف المجالات"¹، خاصة في المجتمع الجزائري الذي يمثل فيه الشباب أكبر نسبة من عدد السكان، "وبالحديث عن القيم لدى هؤلاء الشباب نجد أنها في جوهرها مكتسبة ومتعلمة من خلال البيئة الثقافية السائدة في المجتمع والتطرق إلى هذه القيم في غاية من الأهمية"²، سيما وأن عالمنا المعاصر يشهد تغيرات متسارعة ومتلاحقة بفعل الانفجار المعلوماتي والتسارع التقني، والذي أثر على مجمل نظم المجتمع السياسية والاجتماعية، الثقافية والقيمية. فالشباب يُعْتَبَرُ من بين أكثر فئات المجتمع تأثراً بهذه التغيرات الاجتماعية السريعة"، التي من الممكن أن تُدْخِلَ الشباب في حالة من الصراع واللامعيارية، مما يجعلهم يتشبثون بقيم جديدة، ومن أبرز أوجه الصراع القيمي لدى الشباب في هذا الصدد نجد:

- الشباب بين الطاعة والتحرر:

" يؤمن الشباب في مجتمعاتنا بحق الوالدين عليه، وواجب برهما وطاعتهما، إلا أن الشباب يعيش في صراع بين ضرورة طاعة الوالدين والكبار ومسايرتهم إلى درجة الانصياع من جهة، وبين الرغبة الجامحة في الاستقلال وتحقيق الذات، فالصراع هنا قائم على إثر اعتبار الشباب أن الآباء هم بعيدين عن التطورات وأنهم بمعزل عن الحياة، وأنهم يعيشون في الماضي"³.

وهذا ما يمكن أن نعبر عنه بما يسمى "صراع الأجيال" حيث يملك شبابنا اليوم أفكار واتجاهات من الممكن أن تتعارض مع ما كان يؤمن به آباؤهم في ظل التغير الاجتماعي الذي يمس قناعات هؤلاء الشباب اجتماعيا بالدرجة الأولى، وهذا ما نلمسه في نمط الحياة وأسلوبها بشكل خاص والذي يفضلون اتباعه، فعلى سبيل المثال لا الحصر ينظر الكثير من الآباء لاستخدام الشباب للإنترنت والشبكات الاجتماعية على أنه مضيعة للوقت، وأنه ذو آثار سيئة عليهم، غير أن هؤلاء الشباب يجدون في هذه الشبكات مثلاً للفضاء الأنسب لهم الذي لا يحققون

¹ المرجع السابق، ص 211.

² المرجع نفسه، نفس الصفحة

³ المرجع نفسه، 223-224.

فيه الترفيه والتسلية فقط، وإنما حتى الاستفادة على المستوى المعلوماتي، الفكري، والمهني أو حتى العلمي.

- الشباب بين القناعة والاستهلاك:

"إننا نشهد اليوم تأكيداً دائماً على الاستهلاك، حيث أصبحت الأشياء تشتري لكي ترمي، فأياً كان الشيء الذي يشتري؛ سيارة أو ملابس أو أجهزة، فإن الشخص سرعان ما يمل منه، ويصبح تواقاً للتخلص من القديم، وشراء آخر موديل أو طراز، وأصبحت الرغبة متجددة في الحصول على الموديل الأحدث، وامتلاك السلع الجديدة. فالمضمون الإعلاني هنا قد يساهم في تغيير أساليب الناس في الحياة، ويفرض أعباء استهلاكية تتجاوز قدراتهم الشرائية، حيث يُدفع الأفراد للاستهلاك أكثر من حاجتهم، ولاستهلاك سلع لا يحتاجونها"¹، وتزداد أهمية الإعلان، والاستهلاك في زمن الشبكات الاجتماعية، كما يزداد أيضاً نشر أنماط الحياة المختلفة، ومع تكرار النشر يصبح التأثير هنا أسهل مقارنة مع الوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى، خاصة مع تطور تقنيات العرض واعتمادها بشكل كبير على الوسائط المتعددة كالصورة والفيديو، حيث من الممكن أن يتولد شعور بعدم الرضا عن شكل الفرد أي مظهره الجسدي أو حتى عن نمط حياته اليومية ككل، وهذا في ظل المقارنة بين حياة الناس ومظاهرهم الشخصية، وبين حياة الفرد المستخدم للفايسبوك في حد ذاته فمثلاً مع انتشار مودة "السيلفي" عبر الفايسبوك، نجد أن الجميع أصبح يركز في اقتنائه للهاتف النقال على ضرورة توفر جودة عالية لهذه التقنية، وتلا هذا زيادة في اقتناء "عصا السيلفي" أيضاً، ومن ثم أصبح يُعجُّ الفايسبوك بصور السيلفي لمختلف الشباب في كل زمان ومكان، بضرورة ومن دون ضرورة لذلك، فقد عرفت الفكرة رواجاً وانتشاراً كبيراً عبر الفايسبوك، ومن ثم كان وراء هذا دافع استهلاكي أيضاً.

- الشباب بين الحياء والموضة:

"يعد الشباب من أكثر فئات المجتمع حرصاً على المظهر والهيئة، ذلك أن النمو الجسدي الذي يطرأ عليهم في مرحلة المراهقة يدفعهم إلى الاهتمام بمظهرهم بهدف تحقيق التوافق

¹ المرجع السابق، ص 229-231.

الاجتماعي، لذا تزداد أهمية مفهوم الجسم (body concept) أو الذات الجسمية، حيث ينظر الشاب إلى جسمه كرمز للذات، مما يزيد من شدة اهتمامه بجسده، وعادة ما يميل الشباب إلى تكوين صورة ذهنية عن ذاته وفقا للذات المثالية، فإذا طابقتها تميز بالاستقرار والاتزان، وإذا خالفها يصاب بالإحباط والقلق، وقد يستقي الشاب صورة الذات المثالية من أبطال الفن، النجوم، الرياضة والتي يُرَوَّج لها من خلال وسائل الإعلام، فيميل الذكور غالبا إلى صورة الرجل الرياضي صاحب العضلات المفترولة والبنية القوية، أما الفتيات فيبدن إعجابهن بعارضات الأزياء وبطلات الأفلام والمسلسلات، وبرشاقة سنوات الفيديو كليب، كما يحرص معظم الشباب على تأكيد تميزهم من خلال رموز خاصة وفقا لقيم جديدة تبدو غريبة بالنسبة للكبار، وهنا يقع الشباب في صراع قيمي بين الالتزام بقيمة الحياء والوقار في مظهره، فيرضى عنه جيل الكبار، وبين التميز والرغبة في الانتماء لفئة الشباب، وثقافتها الخاصة ورموزها¹، ويظهر التقليد بشكل بالغ في مختلف المظاهر الجسدية من خلال ما يتم عرضه من صور في صفحات الفايسبوك، أين يلاحظ وجود حالة من التمييط لدى هؤلاء الشباب خاصة فيما يتعلق باللباس.

5-العالم الافتراضي بين الواقع والخيال:

في خضم دمج الإنترنت في الحياة اليومية، وما أحدثته من تغييرات على مستوى التفاعلات الاجتماعية، وعمليات بناء المعنى، اتجه العديد من الباحثين إلى التأكيد على ضرورة دراسة علاقة الأفراد بهذه الوسيلة في يومياتهم انطلاقا من اعتبارهم كفاعلين، وليس كمستخدمين فقط، وهذه النقطة كانت المرتكز لدراسات عديدة بحثت معظمها في العلاقة بين الحقائق الواقعية والحقائق الافتراضية، ومدى اقتراب العالم الافتراضي إلى الحقيقة أو اتسامه بالطابع الخيالي البعيد عن الواقع، وانقسمت الآراء في هذا الشأن بين من يرى أن العالم الافتراضي ما هو إلا انعكاس للواقع ونسخة عنه وبين من يرون أن هذا العالم هو وهمي يعمل على خلق حقائق اجتماعية جديدة ونمط حياة مختلف عما يعيشه الأفراد في مجتمعاتهم المحلية.

¹ المرجع السابق، ص.ص 236-238.

أشار كل من سيلوكس وكوجبرن (Silcox and Cogburn) في مقال لهما نشر في سنة 2014 م إلى أن مصطلح "virtual reality" يأتي من مجال فني هو المسرح، فأرتونين أرتود (Artonin Artoud) هو أول من اقترح هذا المفهوم قبل الاستخدام الفعلي لوصف الحقيقة التي يتم بناؤها عبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث عرّف أرتود (Artoud) الواقع الافتراضي كحقيقة تعرض بواسطة مسرحية وهذا ما يعادل في نظره ما هو خيالي ووهمي (fictional)¹ وبعدها الكاتب والباحث الأمريكي هوارد راينجولد (Howard Rheingold) وظّف هذا المصطلح في كتاب له حول المجتمع الافتراضي سنة 1993²، وهذا الباحث كان من الأوائل ممن اهتموا بدراسة هذا المفهوم.

يعمل العالم الافتراضي على التأثير على العلاقات الاجتماعية للأفراد وبالتالي على بناءات عالم الحياة، حيث يحدث تحول على مستوى الذوات بفعل وسائل الإعلام الرقمية، وهذا ما يخلق وضعية اجتماعية جديدة بالنسبة لكل فرد؛ فالتكنولوجيا هنا تمثل مجالا واسعا لتجارب وخبرات الأفراد الذين يكتسبون تمثلات جديدة، ويقومون بإعادة تنظيم ما هو حقيقي بالنسبة لهم³، فالعديد من المحللين يؤكدون على أن العالم الافتراضي لا ينقل الحقيقة وإنما يقوم بفبركتها وبطمس كل ما هو واقعي، وأن اندماج الأفراد في المجتمعات الافتراضية يُفقد القدرة على التمييز بين الحقيقة الأصلية والحقيقة الافتراضية، هذه الأخيرة التي تعتبر "بناء تخيلي (تصوري) في وضعيات معينة في علاقتها بعالم الحياة اليومية⁴، فمفارقة الحقيقة الافتراضية تكمن في أنه من ناحية يدخل الفرد بشكل واع في المجتمع الافتراضي، وهو يدرك أنه يشارك في تجربة تختلف عن حقيقة الحياة اليومية، وفي نفس الوقت وفي لحظة تجربتنا في هذه البيئة نضع أنفسنا في حالة من عدم القدرة على التمييز بين الأحداث الداخلية والحقيقة الخارجية، حيث يتم الخضوع لهذا المجتمع الافتراضي فالفاعلين في البيئات الافتراضية من خلال كل من الموارد المشتركة والتكنولوجيا والخيال يهدفون إلى توسيع تجربة الحياة اليومية خارج حدود الروتين الممل، أين يغيب الخيال ويفتقر السلوك

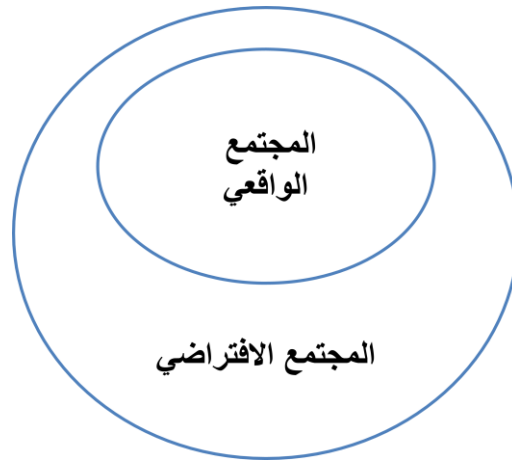
¹ A cura di Luizi Mzzetto, sociology and life-world, rivista italiana di sociologia, Firenze University press, vol: 06, N: 12, 2015, p 75.

² علي محمد رحيمة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 66.

³ A cura di Luizi Mzzetto , op cit , p 75.

⁴ Martin Dodge, mapping cyberspace, op.cit, p 21.

الاجتماعي إلى الحس المدرك المعترف به اجتماعيا، فالحياة في المجتمع الافتراضي هي حياة العقل الآلي في ما وراء المعرفة¹.



شكل رقم(8): يوضح احتواء المجتمع الافتراضي للمجتمع الواقعي²

وهناك من الباحثين من يرى أنه مع ظهور وتطور الشبكات الاجتماعية كمجتمعات افتراضية (social networks) الواقع الافتراضي تغير من الطابع الخيالي (fictional-like) لشكل محدد للحقيقة، فهذا الواقع لا يعتمد على آلية الفصل وإنما على آلية الربط³، بحيث تصبح هناك حقيقة موازية لحقيقة الحياة اليومية، مع اعتبار أن ما هو افتراضي يعزز ما هو واقعي، كما أشار لهذا ستيف وولغار (Woolgar Steve)⁴، على أساس أنه لا يمكن الفصل بين الحقيقة الافتراضية والحقيقة الواقعية، فذاكرتنا وذكرياتنا مليئة في أغلب الأحيان بالصور والفيديوهات والعبارات والمناقشات... المنشورات الإلكترونية...بدلا من أن تكون متمركزة على الخبرة الذاتية في واقع الأفراد⁵.

وحسب فيريلو (Virilio, 1995) مصطلح " افتراضي " هو مضلل؛ لأنه يوحي بواقع بديل في الفضاء الإلكتروني أنتجته وسائل الإعلام التفاعلية، وبخط فاصل بين العالم الافتراضي والعالم

¹ Guseppe Mantovani, new communication environments: from everyday to virtual, op.cit, p 116-117.

² شكل مُقْتَرَح من طرف الباحثة.

³ A cura di Luizi Mzzettom op.cit, p 76.

⁴ Ibid, p 72.

⁵ Martin Dodge, po.cit, p 21.

الحقيقي، في حين أنه هناك ازدواجية معقولة للواقع: واقع ملموس، وواقع في طور التكوين، ولا ينبغي الفصل بين كلا النمطين فمختلف الدراسات التجريبية حسب هذا الباحث، أثبتت أن أي نشاط في العالم الافتراضي كالإيميل أو الدردشة، يعتبر نشاطا حقيقيا جدا بالنسبة للأفراد، ويشكل خبرة ذا علاقة بالواقع الحقيقي للناس¹، فآلية الربط هنا بين الحقيقي والافتراضي هي أقوى.

ويفسر لنا **غوفمان (Goffman)** هذه العلاقة من خلال نظريته حول أطر التجربة (frame analysis) حيث يعتبر أن العالم الحقيقي يعتبر كأطر مرجعية لفهم العالم الافتراضي، فتوجيه الفرد نظره نحو الشاشة، ضرب الأصابع على لوحة المفاتيح (tapping on keyboard)، تحريك فأرة الكمبيوتر... كلها تمثل إطارا أوليا يمكن من خلاله فهم تصرف الشخص في كلا العالمين. فعندما نتحدث عما أسماه **غوفمان (Goffman)** بالإحساس بالغمر أو الانغماس في المجتمع الافتراضي (immertion)، ففي نظره هذا يدل على مدى تركيز اهتمام الفرد وعواطفه وكيف يكون منهمكا في التصرف، ولكل هذا علاقة بالعالم المادي.

غوفمان (Goffman) يميز في طرحه بين طبقتين: اجتماعية وتكنولوجية، وهما وجهان لعملة واحدة، حيث تتعلق الأولى بالفعل التكنولوجي المشترك/ والثانية ترتبط بتأثير الممارسات الاجتماعية²، فالحياة اليومية وفقا لهذا تتجلى في العالم الافتراضي كنسخة حديثة أو محدثة عن الممارسات الاتصالية والخبرات المتعددة، في ظل ازدواجية تجمع بين الحياة الواقعية والافتراضية مع إمكانية الفصل بين الفضاءات³.

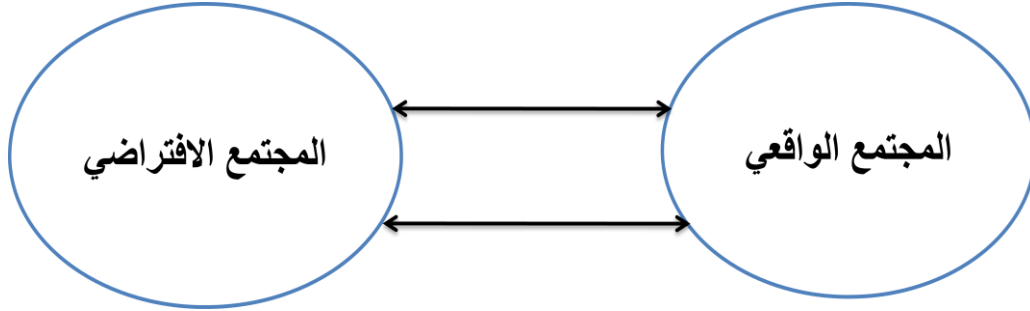
ويذهب إلى التأكيد على هذا كل من **ويليمان ودامر (Wellman & Damer)** اللذان يتبنيان الرأي القائل بأن المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي مجتمعان مكملان لبعضهما، فهناك تفاعل واعتمادية بينهما، فالفرد مثلا من الممكن أن يتعرف على أشخاص جدد عبر الإنترنت ويطور هذه العلاقات في المجتمع الخارجي، والعكس صحيح، حيث يساعد مجتمع الإنترنت في تقوية العلاقات بين الأفراد في المجتمع الواقعي، كما يرى العديد من الباحثين الآخرين أيضا أن

¹ Ileana Cristina, Virtual communication, op.cit, p 64.

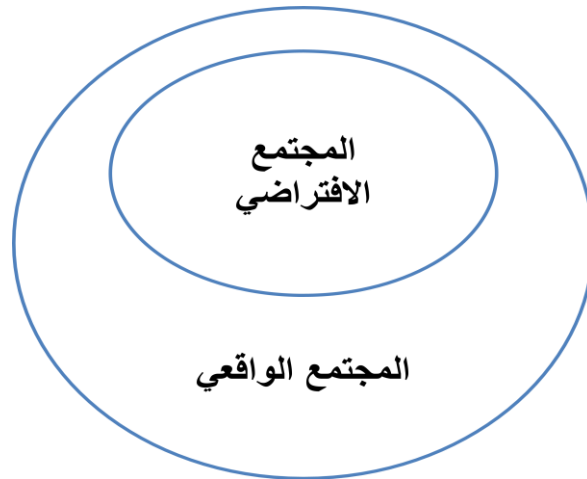
² Kevin Crowston, Sandra Sieber, Eleanor Wynn, virtuality and virtualisation, Springer ed, USA, 2007, p 5.

³ Franklin.M.L, postcolonial politics : the internet and everyday life, 1ed, Routledge Taylor and Francis group, London-New york, 2004, p 8.

الحدود الواقعة بين المجتمع الافتراضي والواقعي هي حدود وهمية أخذة في التلاشي، حيث عبروا عن شكل العلاقة بين المجتمعين كالآتي:



شكل رقم (9): شكل العلاقة سابقا بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي



شكل رقم (10): شكل العلاقة الآن بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي¹

¹ علياء سامي عبد الفتاح، الإنترنت والشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، سلسلة اتجاهات حديثة في الإعلام، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2009، ص42.

6- تأثير الإنترنت على العلاقات الاجتماعية للشباب:

حقيقة أن تكنولوجيا الاتصال والتفاعل على شبكة الإنترنت ساهمت في بناء ما يعرف بالمجتمعات الافتراضية، ودعمها من خلال الأدوات الخاصة بالاتصال، إلا أن الأهم هو دراسة ظاهرة البحث عن هذه المجتمعات وتشكيلها والانتماء إليها في إطار التقييم الشامل للأطر الثقافية والاجتماعية في المجتمعات الحقيقية، حيث أن هذه الأطر في حالات عديدة هي طارئة إلى المجتمعات الافتراضية، التي يشعر فيها المستخدم بذاته وحرية في التفاعل والتقرير والتعبير عن آرائه بعيدا عن القيود المتعددة في المجتمعات الحقيقية¹، وهذا ما ينطبق على العديد من المجتمعات العربية.

وتختلف توجهات الباحثين ونتائج دراساتهم عندما يتعلق الأمر بتأثير الإنترنت على الشباب من حيث اتصالهم بالواقع الاجتماعي أو انفصالهم عنه، ومن حيث التأثير على العلاقات الاجتماعية بشكل خاص، حيث يمكن تمييز اتجاهين على النحو التالي:

1.6. الاتجاه الأول:

يذهب البعض إلى الجزم بأن "الإنترنت والاستعمال المتزايد لها أدى إلى انفلات وانجراف لا مثيل له في المجتمع، فلا المدرسة ولا الأهل يقومون بدورهم، وهذا ما أدى إلى تأثير بالغ من الناحية القيمية، الأخلاقية والسلوكية، فصحيح أن الشبكة تحتوي على العديد من السمات الإيجابية والمواقع الإسلامية التي تدعم قيم ومبادئ الشباب، لكن هذه المواقع ما هي إلا قطرة في بحر واسع من مئات آلاف الأفكار والإيديولوجيات، فاللغة والمواقع العربية برمتها لا تتعدى 1% من الشبكة العالمية ككل.

ويُعتَبَرُ الشباب الفئة الأكثر استخداما للإنترنت، وهذه الفئة بالذات هي التي تتميز بحب المغامرة، الإثارة والفضول، وهي الفئة التي تحاول التمرد على المجتمع وتبني الجديد ومحاولة التأقلم

¹ محمد الفاتح حمدي، ياسين قرناني، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة: الاستخدام والتأثير، كنوز الحكمة، ط1، 2011، ص96.

معه، وفي بعض الأحيان الانسلاخ مما هو موجود والبحث عما يأتي من الغير، ومن جهة أخرى تعزز الإنترنت الثقافات الفرعية عند الشباب على حساب الثقافة العامة السائدة، ويمكن القول أن الإدمان على الإنترنت هو ما يؤدي إلى تداعيات وانعكاسات سلبية على أداؤهم؛ كالإبحار في المواقع الإباحية مثلا والسلوكيات السلبية¹، وبهذا تعمل الإنترنت على فصل الأفراد عن بيئتهم وقواعدها وتجعلهم يحسون بالانتماء إلى فضاءات أخرى بديلة".

فكثرة استخدام الإنترنت من وجهة نظر باحثي هذا الاتجاه " تؤدي إلى الإحساس بالعزلة والانسلاخ الثقافي والحضاري والاجتماعي، حيث يعيش الشباب في الإنترنت في عالم آخر يكون بعيدا كل البعد عن العالم الحقيقي الذي يعيشون فيه هؤلاء، وهذا ما يؤدي إلى نوع من الانفصام وضعف مهارات الاتصال والانسلاخ عن النسيج الاجتماعي، فالذوبان في الآخر عبر الإنترنت يؤدي إلى تخصيص وقت كبير جدا للمجتمع الافتراضي على حساب التواصل العائلي والتواصل مع الأصدقاء، ومع الفضاء الطبيعي، وكنتيجة لكل ما تقدم نجد الشباب يتهرب من مسؤولياته الاجتماعية والتزاماته، فالإنترنت غدت وسيلة للهروب من الواقع الاجتماعي في سبيل البحث عن مناخ افتراضي لا وجود له أصلا، وهذا ما نلاحظه من خلال كثرة الدردشة، وكل هذا يؤدي إلى تقليص المحلي لصالح العالمي"².

العديد من الدراسات أثبتت هذا الاعتقاد، وذهبت للقول بأن "حياة الأفراد أصبحت معولمة وأنهم يعيشون في الفضاء الافتراضي أكثر من تواجدهم في واقعهم الأصلي وحتى الأماكن قلت أهميتها تبعاً لذلك، حيث حلت فردانية العلاقات الشخصية على حساب اجتماعية الفرد، كما أن الاتصال اللاسلكي سهل الفردانية الشبكية،" إنها الفردانية وليست الأسرية، ولا المجموعة التي أصبحت الوحدة الأساسية للتواصل، أخذ الدعم الاجتماعي، الأنس، وكذا الإحساس بالانتماء، لأن التواصل هنا هو مع الناس وليس مع الأماكن، فالتكنولوجيا قد أتاحت التحول في المجتمع

¹ محمد قيراط، محمد عايش، استخدامات وإشباعات الإنترنت: دراسة تحليلية ميدانية لشباب الإمارات العربية المتحدة، ثقافة الإنترنت وأثرها على الشباب، وقائع ندوة علمية، إعداد ماجد بوشلبي-يوسف عبيدادي، إشراف محمد قيراط-ماجد بوشلبي، ط1، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، 2006، ص 53، بتصرف.

² المرجع نفسه، ص 54.

وأصبحت تربط الناس لكن في اللامكان، في فضاء رمزي، هذا يتفاقم خاصة مع ظهور وتطور الشبكات الاجتماعية¹.

فأربينغ وني (Erbing and Nie) مثلا من خلال دراسة أجريها في سنة 2000 وجدا أن الأشخاص الذين يقضون وقتا طويلا في المجتمعات الافتراضية تراجع الوقت الذي كان مخصصا من قبلهم للأصدقاء والأهل إلى حد كبير، وهذا يكون لمن يستخدم الإنترنت بمعدل 5 ساعات فما فوق في الأسبوع، حيث لوحظ تغير كبير على مستوى السلوك، كما توصل كل من كراوت وأل وباترسون (Kraut, Al and Patterson) إلى نفس النتائج، من حيث أن الاستخدام المفرط للإنترنت يقلل من الاتصال الأسري لدى الأفراد²، وكما نجد في نفس السياق "فيليب بروتون (Philippe Brotton) يطلق مصطلح "الثمالة الاتصالية" (L'iverse de communication) على الاستعمال المفرط للشبكات الاجتماعية والذي يؤكد أنه يسبب مخاطر محتملة وجسيمة على التفاعل الإنساني، حيث يقود هذا الأفراد إلى العزلة الاجتماعية والنفسية عن محيطهم بفعل الاستخدام المفرط، وكما يؤكد دومينيك نورا (Dominique Nora) أن هذه الوسائط قد رسمت مجالا علاقتي جديد مبني على الاتصال عبر الحواسيب والشبكات عوض الالتقاء بصورة جسمانية -فيزيقية، فأصبح الأفراد افتراضيين وكائنات حوارية كتابية، وهذا النمط الجديد من الاتصال أثر على عملية التفاعل الفردي والجماعي داخل المحيط الأسري، وداخل المحيط الاجتماعي للمجتمع الأكبر، فأصبح الفرد حبيس غرفته يتواصل مع الملايين من أقرانه حبيسي الغرفة أيضا، وهذا ما يؤدي حسب العديد من المتخصصين إلى ما بات يطلق عليه "انطوائية الكمبيوتر" (Computer phyliac) والتي تحدث خاصة لدى المفرطين في استخدام الشبكات الاجتماعية، كما أشار البعض الآخر من الباحثين إلى أن التفاعل الافتراضي يقلل من تفاعلات

¹ Barry Wellman, Caroline Haythornthaite, the internet in everyday life, 1ed, blackwell publishing, USA, UK, Germany, 2002, p 31-32.

² Ibid, p 27.

الاتصال الشخصي بين الأفراد، ويسبب العزلة، الإحباط، القلق النفسي والتوتر، ويؤكد فرص "الإحلال الاجتماعي" (Social Displacement Hypothesis)¹.

نلاحظ مما سبق بأن هذا الاتجاه ركز بشكل كبير على التأثيرات السلبية للإنترنت والشبكات الاجتماعية على الحياة اليومية للأفراد خاصة على صعيد العلاقات الاجتماعية والجانب النفسي في ظل إمكانية غلبة التواصل الافتراضي على نظيره الواقعي، من دون أن يأخذ بعين الاعتبار بأن هذه الفضاءات الافتراضية من الممكن أن تقوم بدور فعال على صعيد تفعيل الحياة الاجتماعية للشباب، وأنها قادرة على إحداث تأثيرات ايجابية من الممكن أن تغطي في بعض الأحيان على ما هو سلبي.

2.6. الاتجاه الثاني:

يذهب الموقف الثاني إلى وصف الاتجاه السابق بالمتشائم، كما يذهب إلى تأكيد نقيض ما تم ذكره، حيث أن الدراسات الحديثة في أغلبها تؤكد التأثير الإيجابي للإنترنت على العلاقات الاجتماعية ومدى الارتباط بالمجتمع، حيث "بفعل الاتصال الإلكتروني في المجتمعات الافتراضية بشكل خاص، أصبح الأفراد على اتصال مع عائلاتهم وأصدقائهم أكثر من ذي قبل وأن هذه الوسيلة تساهم في تعزيز العلاقات الاجتماعية القريبة والبعيدة، مع العمل على تخفيف التوتر والضغط الاجتماعي بالنسبة لأفراد آخرين"² بفعل تأثير هذا النمط من التواصل، حيث نجد على سبيل المثال لا الحصر دراسة قام بها كل من هامنت وكراوت وأل (Hamenet, Kraut and Al) سنة 2002، الذين وجدوا أنه بالفعل مشاهدة التلفزيون تراجعت لدى المبحوثين بفعل الاستخدام المفرط للإنترنت لكن هذا لا يعني أبداً أن هؤلاء الأفراد يعانون من الوحدة بفعل ذلك الاستخدام بل على العكس من ذلك، وجدوا أن الإنترنت ساهمت في دمج الأفراد في مجتمعاتهم وأدت إلى خلق حالة من التآزر بين الحياة الحقيقية للفرد والحياة الافتراضية، مما أدى إلى نتائج

¹ حدادي وليدة، الشبكات الاجتماعية: من التواصل إلى خطر العزلة الاجتماعية، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 7، العدد 21، الجزائر، ص 280-281.

² Barry Wellman, Caroline Haythornthaite, loc.cit.

إيجابية اجتماعياً¹، فالإفراط في الاستخدام لا يعني بالضرورة أن المستخدم قد وقع في مخاطر وسلبيات حالة الإدمان التي تتشكل على إثر هذا الإفراط في الاستخدام.

وكما نجد أيضاً **كافانوي وباترسون (Kavanaugh, patterson)** أشارا إلى أنه هناك زيادة وارتفاع في أنشطة رأس المال الاجتماعي، وكذا **هوارد وروني وجونز (Howard, rainie and Jones)**، و **كان وولمان (Wellman, Haase Quan)** أظهرنا أيضاً أن الاستغراق في استخدام الإنترنت يجعل الفرد يشارك أكثر في المنظمات والسياسة، مع الإحساس العالي بالمجتمع الافتراضي²، وفي دراسة **لستالد (Stald Gitte)** وجد أن الشباب في استخدامهم للنت عبر الهاتف ساهم هذا في تنمية مهاراتهم الاتصالية، وأكسبهم هذا مهارات اتصالية اجتماعية جديدة تمكنهم من تنظيم علاقاتهم، وتزيد من التماسك الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء، وبالمثل تحليل **بويد (Donah Boyd)** التي توصلت إلى نفس النتائج في دراستها حول الصداقة في my space أين لفتت الانتباه إلى المجال الواسع الذي يفتحه هذا الفضاء الافتراضي لعملية إدارة الانطباعات ولعب الأدوار الاجتماعية³، وفي نفس السياق نجد دراسة كل من **بويد وإليزون (Boyd and Ellison)** التي أكدت من خلالها أن وسائل الإعلام الاجتماعية (social media) تعزز العلاقات الاتصالية الإنسانية الموجودة بالفعل في الحياة اليومية الحقيقية للأفراد، كما تسهل عملية الصداقة التي كانت تتطلب سنين وسنين في السابق⁴، وفي دراسة أخرى **لكراوت (Kaut)** وزملائه، وجدوا أن الأفراد في استخدامهم للإنترنت في منازلهم يقومون هذا بغرض الاتصال الشخصي أكثر من أي أمر آخر من خلال غرف الدردشة الإلكترونية وكذا البريد الإلكتروني.

فمن خلال هذه الفضاءات يقوم الأشخاص بتعزيز علاقاتهم مع الآخرين ذوي الاهتمامات المشتركة، ففي حالات كثيرة تتطور العلاقات الافتراضية إلى علاقات حقيقية على أرض الواقع كما أثبتت دراسات أخرى أن استخدام الشبكات الاجتماعية تتولد عنه آثار اجتماعية ايجابية من حيث

¹ Ibid, p 27-28.

² Ibid, p 31.

³ David Buchingham, youth, identity and digital media, op.cit, p 7.

⁴ José Van Dijck, you have one identity : performing the self on facebook and linkedin, media, cultur and society, Sage, Netherland, 35 (2), 2013, p 201.

السهولة في التعامل مع مجموعات أوسع¹، كما أكدت دراسات أخرى على هذا الدور في الحياة اليومية، خاصة على الصعيد الاجتماعي والسياسي، من حيث لعب دور محوري في تغيير القرار السياسي والإصلاح وزيادة الوعي السياسي والتشجيع على المشاركة في الحياة السياسية، مما يدفع الأشخاص إلى الانخراط في المجتمع بشكل أكبر²، وهذا الانعكاس نلمسه من خلال التغيرات التي مست العديد من الدول في المشرق والمغرب العربي في ما يمكن أن نسميه الحراك الاجتماعي والسياسي الجديد.

هذا الاتجاه يؤكد نظريته الايجابية لتأثيرات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث يرى أن مسار هذه التأثيرات قد تغير، فبعدما كان في البداية يتسم بالطابع السلبي انتقل في مرحلة لاحقة إلى الايجابي، فبدل أن تكون هذه المجتمعات الافتراضية فضاء للانسحاب الاجتماعي للأفراد من مجتمعاتهم المحلية وبدل العمل على تفكيك العلاقات الاجتماعية التقليدية فعلى العكس من ذلك؛ باتت هذه المجتمعات تعمل على دمج الشباب في مجتمعاتهم وتعميق علاقاتهم الاجتماعية الواقعية وتعزيزها، مع تطوير مهارات الاتصال الاجتماعي، هذا إضافة إلى العديد من المزايا التي أصبح يكتسبها الفرد في هذا الفضاء والتي سبق وأن أشرنا إليها، ويزداد تحقق هذا التأثير الايجابي عندما تكون اهتمامات المستخدمين تتجه أكثر نحو الواقعية، أي عند تركيز اهتمامهم بشكل كبير بما يختص بواقعهم عبر هذه المجتمعات الافتراضية، فطبيعة الاهتمامات والممارسات الاجتماعية التي تتم عبر هذه المجتمعات تعتبر عاملاً محددًا لطبيعة التأثير، دون أن ننسى أهمية السياق الاجتماعي والواقع المعاش التي تعتبر محددًا لذلك أيضا.

ونلاحظ من خلال التمعن في الموقفين أن هناك تباينًا كبيرًا في الآراء حول تأثير الإنترنت ومواقع التواصل على الحياة الاجتماعية للشباب وهذا يرتبط لربما حتى بالسياق الذي أجريت فيه هذه الدراسات.

¹ Marry Anne, in defense of the internet: the relationship between internet, communication and depression, loneliness, self esteem and perceived social support, cyborchology and behavior, Vol 5, N 2, 2002, p 158.

² خالد غسان يوسف المقداجي، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية- الاجتماعية-الاقتصادية-الدينية-السياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النقاش للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 166. (بتصرف).

7- عرض الذات في الحياة اليومية (Goffman):

يُعتبر غوفمان (Goffman) من أبرز الباحثين الذين اهتموا بدراسة التفاعلات الاجتماعية وطقوس اللياقة والمحادثات، وكل ما يشكل شبكة العلاقات اليومية¹، حيث اعتمد في أبحاثه على التحليل المصغر* لدراسة نظام التفاعل الذي هو في واقع الأمر حقيقة اجتماعية، وفي هذا الإطار حاول أن يقدم المواقف المختلفة التي تنشأ نتيجة التفاعل بين الناس، فضلا عن أنه مَيَّزَ بين ما يسمى بـ"عالم الحقيقة" الذي يظهر في قدرة الأشياء الديناميكية الفريدة و"عالم الزيف" الذي هو عكس ذلك².

وكان غوفمان (Goffman) ينظر إلى " التفاعل كمنظومة تتأسس عن طريقها الثقافة تمتلك هذه المنظومة معايير وآليات للتنظيم، ف" طقوس التفاعل" بالنسبة إليه هي مقدار من المناسبات لتأكيد النظام الأخلاقي والاجتماعي، ففي اللقاء يسعى كل فاعل إلى تقديم صورة قيمة عن نفسه، والقيمة الإيجابية التي يدعيها الشخص عمليا من خلال توجه الفعل الذي يفترض الآخرون أنه تبناه في سياق لقاء خاص (أحد الرهانات الأساسية للتفاعل هو تقديم صورة جيدة) وفي سبيل ذلك من المناسب أن يتعاون الجميع في نمط من التوافق الظاهري"³.

¹ فيليب كابان، جون فرنسوا دورتييه، علم الإجماع: من النظريات الكبرى إلى الشؤون اليومية، أعلام وتواريخ وتيارات، ترجمة إياس حسن، ط1، دار الفرقد، سورية، 2010، ص 119.

• علم الاجتماع المصغر أو المايكرو سوسيولوجي هو نوع من الدراسات الاجتماعية الذي يعنى بدراسة الحياة اليومية في أوضاع التفاعل الاجتماعي الوجيه، بحيث يجري التحليل على مستوى الأفراد والجماعات الصغيرة، مما يميزه عن علم الاجتماع الكلي أو ما يسمى بالماكرو سوسيولوجي الذي يعنى بدراسة الأنساق الاجتماعية الكبرى مثل النظام السياسي، النظام الاقتصادي، وكلا النهجين مترابطين ويكملان بعضهما البعض، فالدراسات المايكروية تلقي بدورها الضوء على الخطوط العريضة للأنماط المؤسسية، والتفاعل المواجهي هو الذي يمثل الأساس لجميع أشكال التفاعل الاجتماعي مهما بلغت ضخامة السياق الذي تجري فيه (أنظر غيدنز، علم الاجتماع: مع مدخلات عربية، ص 160-161).

² شحاتة صيام، القهر والحيلة: أنماط المقاومة السلبية في الحياة اليومية، ط2، مصر العربية للنشر، القاهرة، 2009، ص 60-61.

³ فيليب كابان، المرجع السابق، ص 119-120.

يعتبر كتاب " تقديم الذات في الحياة اليومية " The presentation of self in "everyday life" الذي قدمه غوفمان (Goffman) سنة 1956، أول دراسة منهجية لعرض الذات والتي استعان فيها بمجموعة من الاستعارات والمفاهيم الخاصة بالمسرح كالممثل، الدور والأداء، الدعائم والجمهور، فهذا العمل الذي اصطلح عليه بـ " النهج الدرامي أو المقاربة الدرامية" (dramaturgical approach) التي تتدرج ضمن دراسات التفاعل الرمزي¹، قارن فيها هذا الباحث العالم بالعرض المسرحي، الذي يلعب فيه الأفراد أدوار " الممثلين" وتلعب العلاقات الاجتماعية دور "التمثلات" الخاضعة لقواعد دقيقة، وأحد الأسئلة الرئيسية التي تفرض نفسها على الممثل (في الحياة كما في المسرح) هو أن يخلق عند الغير انطبعا بالواقعية من أجل الإقناع بالصورة التي يرغب بتقديمها عن نفسه، وفي سبيل ذلك عليه أن يُكيف حضوره (مظهره الشخصي) مع دوره، و" أن يحول هذا الدور إلى دراما"، أي أن يدمج في نشاطاته علامات ستضفي بريقا على بعض تصرفاته²، ويرتبط هذا بعملية تحديد الوضع والمواقف الاجتماعية، " وكذا الكشف عن التصرفات التي يصدرها الأفراد دون الالتفات إليها، والتي يمكن ملاحظتها من خلال استجاباتهم أو سلوكياتهم التي من خلالها يمكن فهم أو وضع معنى لها، فضلا على تعيين المواقف التي دفعت بهم إلى هذا السلوك"³.

يقول غوفمان (Goffman):

" عندما يظهر الفرد أمام الآخرين فإن أفعاله سوف تؤثر على تحديد الوضع لديهم، أحيانا الفرد يمثل وفقا لتعابير مدروسة ومحسوبة حيث يعبر عن نفسه بطريقة تعطي الانطباع للآخرين الذي يثير لديهم استجابة معينة والتي يريد هذا الفرد الحصول عليها، وأحيانا يقوم الفرد بأفعال، ويمثل وفقا لحركات محسوبة، ولكن يكون نسبيا غير واعي أنه في هذه الحالة، وأحيانا يكون متعمدا وواعيا حين يعبر عن نفسه

¹ Chester Andrea, presenting the self in cyberspace: identity play in moos, PHD thesis, department of philosophy, University of Melbourne, 2004, p 6.

² فيليب كابان، جون فرنسوا دورتيه، المرجع السابق، ص 120.

³ شحاتة صيام، القهر والحيلة، المرجع السابق، ص 66.

بطريقة معينة، ويكون هذا خصوصا لأن تقاليد مجموعته تتطلب هذا النوع من التعبير أو وضعيته الاجتماعية تتطلب ذلك¹.

ويمكن في إطار هذه العملية للأفراد معرفة ما سوف نتوقع منهم، وبالتالي سيعرف هؤلاء ما هي الطرق المناسبة للقيام بالفعل الذي يتطلب تلك الاستجابة التي يريدها الفرد (الممثل)²؛ أي أن الأفراد هم بدورهم ممثلين يساعده في أداء الدور " وعلى أساس ردة الفعل يتحكم الفرد في الدور الذي يؤديه، وإذا أحس الفرد أن المتلقي لم يعجبه الحديث يغير الإنسان من ذلك الدور أو حتى الموضوع بأكمله وبالتالي يمكن معرفة ما يدور في ذهن الآخرين من خلال الأفعنة التي نلبسها (والصوت وتعابير الوجه هي التي تختبر أداء الممثل حيث يمكن من خلالها أن نكتشف الصدق الحقيقي للأفعال) وبالتالي كل فرد يملك عددا من الذوات بعدد الجماهير التي يؤدي أمامها الدور"³.

والكثير من الحقائق الهامة تكمن وراء الزمان والمكان في خضم التفاعل أو هي كذبة متضمنة داخله⁴، فالتعامل مع الصديق في العمل مثلا يختلف عن التعامل مع الأهل في المنزل أو مع زميل في مكان آخر، وهذا الاختلاف يكون هنا على إثر المكان⁵، وإذا كنا غير ملمين بالشخص، فالملاحظون يستطيعون الحصول على بعض الأدلة من خلال سلوك الفرد ومظهره وهذا ما يسمح لنا بتطبيق تجاربنا السابقة مع الأفراد الذين يتشابه معهم، حيث يمكن أن نطبق عليه صورا نمطية لم نختبرها معه من قبل، كما يمكن من خلال تجاربنا السابقة أن نعرف أن هناك أفراد من نوع خاص يمكن أن يكونوا في وضعية اجتماعية معينة، ومن الممكن أن نعتمد على ما يقوله الأفراد عن أنفسهم، فضلا على أنه من الممكن في لحظة التواجد الفعلي للآخرين أمامنا أن تحدث بعض الأحداث التي تمدنا مباشرة بمعلومات قاطعة عن الأفراد⁶.

¹ Erving Goffman, the presentation of self in everyday life, social sciences research centre, University of Edinburg, England, 1956, p 11.

² Ibid, p 2.

³ عرض الذات في الحياة اليومية، موقع سطرين، <http://satrein.com/project/the-presentation-of-the-self-in-everyday-life/> ، 2016/06/17 ، 23:38.

⁴ Erving Goffman, ibid, p 2.

⁵ عرض الذات في الحياة اليومية، المرجع السابق.

⁶ Erving Goffman, ibid, p 2.

ومن الممكن أن يصل الإنسان إلى حالة يصبح فيها هو الممثل الذي يؤدي الدور لنفسه وهو الجمهور في نفس الوقت، وهذا ما يؤدي إلى حدوث اغتراب عن الذات، فهو يتخيل الجمهور فقط، وهذا الدور الذي يؤديه الشخص مع نفسه من الممكن أن يكون الشخصية التي يريد ويحبذ أن يكون فيها، والسؤال الذي يطرح نفسه هنا: إلى أي درجة من الممكن للإنسان أن يكون صادقاً مع نفسه¹.

عندما يلعب الفرد دوراً فإنه ينتظر من المراقبين أن يعطوا انطباعهم وبجدية أمامه، وهو يطلب أن يصدقوا الشخصية على أنها صادقة من خلال السمات التي يبديها لهم، ومهمة هذا الأداء هو الحصول على نتائج يتوقعها الفرد وهي في الغالب متعلقة بظهوره وانطباعهم حوله وتماشياً مع هذا الشخص الذي يقوم بالأداء يستطيع الاندماج في الدور بشكل كامل، الكذبة هنا يمكن أن تتحول إلى صدق عندما يبدي الانطباع بأن هذا هو الواقع الحقيقي، وإذا اقتنع الجمهور فهذا يكون حالة نموذجية بالنسبة لهذا الفرد، وهذا الأداء لا يكون في كل الروتين اليومي² وفي إطار كل هذا استخدم **غوفمان (Goffman)** مجموعة من المصطلحات على غرار:

-الأداء (**performance**): ليشير إلى نشاط وفعل الفرد أمام المراقبين (**observers**)، وفي هذا الأداء قسم هذا الباحث المعلومات إلى معطاة وغير معطاة (**information and giving off**) في وصف التفاعلات اليومية، فالمعلومات المعطاة: هي المحتوى الواعي للاتصال والأفعال الرمزية الإرادية التي تحقق الفهم المتبادل، على سبيل المثال: الشخص الذي يصف غضبه يعطي معلومات عن حالته النفسية من خلال الألفاظ، اللهجة، حجم الكلام، اختيار الكلمات وأيضاً هناك الإشارات غير اللفظية، فالمعلومات التي تعطى تكون ضمن سيطرة الفاعل، أما المعلومات غير المعطاة تكون عن غير قصد مدركة من قبل الجمهور³.

-الوضع: يشتمل على الديكور والأثاث وعدة عناصر أساسية أخرى، والتي تزود المشهد والمسرح بالدعائم في مساحة الفعل الإنساني، أين يلعب الفرد دوره، واتجاهات الوضع تشير إلى أن الأفراد

¹ عرض الذات في الحياة اليومية، المرجع السابق.

² Erving Goffman, op.cit, p 10.

³ Chester Andrea, presenting the self in cyberspace, op.cit, p 6.

يستخدمون وضعا معيناً كجزء من أدائهم فهم لا يستطيعون التمثيل إلا إذا وضعوا أنفسهم في الوقت المناسب، وعليهم بإنهاء أدائهم عندما يتركون المكان الذي يؤدي فيه ذلك الدور، على سبيل المثال نرى ذلك في موكب الجنازة أين الجميع يمثلون وحال انتهاء هذه المناسبة ينتقل الجميع إلى أداء أدوار أخرى مختلفة عما كان يؤدي،" فالوضع يشير إلى الأجزاء التعبيرية للمشهد".

-**الواجهة (front):** جزء من أداء الفرد الذي يعمل بانتظام لتحديد الوضع، وهي وسائل ومعدات التعبير المستخدمة من قبل الفرد عن قصد أو عن غير قصد، والتي توظف خلال الأداء.

-**الواجهة الشخصية (personal front):** نجدها مثلاً تشمل على الملابس والجنس، المظهر والخصائص العرقية، الحركات الجسدية، الحجم، أنماط الخطاب (اللغة)، تعبيرات الوجه، والبعض من هذه الخصائص هو ثابت وفي بعض الأحيان لا تتغير عندما ينتقل الفرد من وضعية إلى أخرى، والبعض الآخر يتميز بالحركة؛ كتعابير الوجه من الممكن أن تتغير في الأداء من لحظة إلى أخرى.

ومن المفيد أحياناً أن نقسم السمات إلى **المظهر (appearance)** و**الأسلوب (manner)** حسب وظيفة الأداء، فالحركة العنيفة تعطي الانطباع أن المؤدي سوف يشرع في عملية التفاعل اللفظي، كما من الأفضل أن يكون هناك اتساق وتماسك بين الأسلوب والمظهر، هذا ما يؤدي إلى نموذج مثالي للأداء¹.

❖ أمام المسرح ووراء الكواليس (front of stage and backstage regions):

تمت الاستعانة هنا بـ "الممثل" كاستعارة لتشبيه الحياة اليومية بالمناخ المسرحي لتفسير تفاعلات الأفراد، هذه الأخيرة التي تختلف في الأماكن العامة عن المنزل وعن فضاءات أخرى حيث تتباين الأدوار التي يؤديها الفرد، فالأداء أمام المسرح تحكمه قواعد الأدب واللياقة، أما خلف الكواليس أين تكمن المنطقة العادية يمكن للفرد الاسترخاء، يمكن أن يسقط واجهته ويتخلى عن كلماته المخططة، يمكن له أن يخرج من الشخصية التي يمثلها، فالناس في الكواليس يحضرون أنفسهم للأداء، وفي الكثير من الأحيان يتمرنون على دورهم، فالسلوك في هذه المنطقة هو غير

¹ Ibid, p.p 13-16.

رسمي ولا يوجد تلاعب، كما أن العلاقات خلف الكواليس هي أكثر حميمية مما هي عليه أمام المسرح، كما أن منطقة الكواليس لا تتميز بالتخلي عن معايير الواجهة فقط، وإنما من خلال الانتهاك الصارخ لها¹، " فالناس خارج " المشهد" يصبحون أكثر عفوية في تصرفاتهم وفي التعبير عن مشاعرهم، وهو ما كانوا يبذلون الجهد لضبطه والسيطرة عليه أمام الآخرين"²، ويمكن ضرب المثال هنا بالأستاذ في القاعة أمام تلامذته أو معاملة الطبيب لمرضاه، حيث يشير **غوفمان (Goffman)** هنا إلى أنه خلف الكواليس وأمام المسرح هناك مساحة مادية ومساحة نفسية واجتماعية، ففي المنزل عادة غرفة الفرد هي المكان المادي لما هو وراء الكواليس، أين يتم التحضير لعرض الذات حيث يتم خلع الملابس، استخدام الماكياج، إعداد الجسم لأداء عرض الذات، فالغرفة هنا هي محل للتصليحات أين يمكن إجراء التعديلات المادية لتحسين واجهة الناس تحضيراً للعرض والاستعداد هنا هو ذهني أيضاً، فالناس يكافحون من أجل الحفاظ على صورة جذابة لهم غالباً ما تتم إزاحتها في منطقة وراء الكواليس³، " كما يُضرب المثل هنا أيضاً بالنوادل في المطاعم الذين يظهرون كل علامات التهذيب والأدب واللياقة واللفظ أمام الزبائن في القاعة الرئيسية، ومشهدهم حالما يعودون أدرجهم إلى المطبخ الداخلي للمطعم وبيبتئون بالصراخ والشجار وعبارات السباب البذيئة بين بعضهم البعض"⁴.

غوفمان (Goffman) من خلال طرحه ركز على عرض الذات والطرق التي يتفاوض من خلالها الفاعلون (الممثلون) في إطار التفاعلات في الحياة اليومية وعلى العمليات التي يستخدمها الممثلون لخلق الانطباعات حول ذاتهم في عقول الآخرين حيث وجد أن الذات هي نتاج التفاعل خلال المشاهد التي يؤديها الفرد، والأطفال هم فقط الصادقين لأنهم لا يؤديون الأدوار⁵، بينما بقية الفاعلين الاجتماعيين يدخلون أثناء وضعيات معينة من خلال التلاعب بشخصياتهم، بينما يخفون حقيقة ذاتهم كلما تطلب الأمر منهم القيام بذلك لتحقيق أهداف محددة.

¹ Ibid, p 7.

² أنتوني غيدنز، علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره، ص 174.

³ Erving Goffman, op.cit, p 8.

⁴ أنتوني غيدنز، المرجع نفسه، نفس الصفحة.

⁵ Erving Goffman, Ibid, p 8.

رصد الانطباع
<p>الخطوات القبلية:</p> <ul style="list-style-type: none"> - الوعي الدرامي
تحفيز الانطباع
<p>الخطوات القبلية:</p> <ul style="list-style-type: none"> - الهدف من الانطباع. - قيمة الأهداف المرجوة. - التناقض بين الصورة المطلوبة والحالية <p>أهداف عرض الذات:</p> <ul style="list-style-type: none"> - التلاعب بالجمهور. - الإدعاء بهوية معينة. - صيانة وتقدير الذات.
بناء الانطباع
<p>الخطوات القبلية:</p> <ul style="list-style-type: none"> - مفهوم الذات. - الهويات المرغوب فيها وغير المرغوب فيها. - القيم المستهدفة. - الدور ومعيارية القيود.

جدول رقم (3): المراحل والعمليات الفرعية المكونة لعرض الذات¹

¹ Chester Andrea, presenting the self in cyberspace, po.cit, p12.

8-آليات عرض الذات في الشبكات الاجتماعية:

حدد لنا ليري (Leary) آليات عرض الذات التي ترتبط بالاتصال الإلكتروني عبر الحاسوب (computer-mediated-communication) في أربع أمور يمكن ملاحظتها بشكل جلي من خلال الفضاء الإلكتروني، والتي تتمثل في:

1- الوصف الذاتي (self-description):

هو ببساطة كيف يمكن للناس عرض ذاتهم من خلال الكلمات، فهذه الأوصاف تخبر شيئاً عن قيمهم في النهاية أو عن انتمائهم السياسي أو الديني الإعجابات أو ما لا يُعجِب الفرد، أو الإنجازات في الحياة، فأولئك الذين يريدون عرض ذاتهم بطريقة محددة، سوف يراقبون عرض ذاتهم على الشاشة بتأني، حيث أن هذا يعتبر بالنسبة إليهم المصدر الرئيسي لـ "إدارة الانطباع (management impression)"، فوفقاً لـ ليري (Leary) الناس لا يكذبون عندما يصفون أنفسهم ولكنهم يفعلون ذلك بشكل انتقائي من خلال عرض معلومات صحيحة، حيث يقول:

"عندما توصف الذات يجب على الفرد اختيار معلومات محددة لإعطائها، لأن هناك الكثير مما يمكن قوله عن ذات الفرد، وهذا يوفر فرصة لاختيار المعلومات التي نشكل من خلالها الانطباع المطلوب، وهذا التحكم يقلل الحاجة إلى الكذب"¹.

وهذا ما يتماشى مع ما ذهب إليه غوفمان (Goffman) في حديثه عن المعلومات المعطاة وغير المعطاة، ف ليري (Leary) قام بإسقاط هذه الفكرة في سياق الشبكات الاجتماعية حيث ركز بشكل كبير على عامل الانتقاء في تقديم المعلومات.

2- التصريح بالموقف (attitude statements):

مما لا شك فيه أن المواقف تعزز من نحن، فهي تعبر عن تأثير الانطباع لدى الآخرين عنا حيث تشير آنا (Anna) إلى أن بيانات المواقف لا تحتاج إلى تنسيق أو ملاحظة، وإنما يمكن معرفتها من خلال مناقضة الموضوعات التي نختار الحديث عنها.

¹ Sasan Zarghoni, study of self presentation in light of facebook, psychology University of Oslo, autumn 2007, p 10-11.

على سبيل المثال: إذا تم التحدث عن ظاهرة الاحتباس الحراري، يمكن معرفة مدى قلق الشخص حول هذا الموضوع أو إذا كان معاديا لهذه الفكرة، وبالتالي يمكن تأكيد أو تغيير أو تعديل فكرتنا حول الشخص بالكامل إذا قمنا بمقارنة مواقفه مع وصفه الذاتي، وبيان الموقف يمكن أن يكون له تأثير قوي على عرض الذات، حيث أن الفرد من الممكن أن يفكر في بيان المواقف لتشكيل الهوية والانطباع النمذجي الذي يريد الفرد الحصول عليه أو الذي يحمله بالفعل، وهذا ينطبق بشكل خاص على الإيديولوجيات السياسية والدينية، فكلاهما له صورة نمطية نموذجية¹.

3- السلوك غير اللفظي:

يقسم ليري (Leary) آلية العرض التالية إلى 4 فئات على النحو التالي:

- التعابير العاطفية (emotions expression)
- المظهر المادي (physical appearance)
- الإيماءات (gestures)
- التحركات (movements)

فالعواطف بالنسبة لهذا الباحث مثلا، ليست أمرا داخليا فقط، ولكنها أيضا تعد تواصلا مع الآخرين، حيث نستطيع التأثير في الآخرين من خلال التعابير العاطفية؛ فالانطباع عند الغضب مثلا الناس يظهرونه بشكل جلي ببعض السلوكات كرفع الصوت أو تعابير الوجه، التي لا تكون دائما عفوية وغير معدلة كما يبدو، فهذه التعابير إذن من الممكن أن تعبر عن عرض ذواتنا.

كما أن المظهر الجسدي له تأثير قوي على انطباعات الآخرين عنا، فالأشخاص الذين هم جذابين من ناحية مظهرهم يُنظرُ إليهم بمودة وقبول اجتماعي أكثر من غيرهم، ويبدون مسيطرين وأذكياء اجتماعيا، فالمظهر الخارجي يعد أهم قناة لعرض الذات². ولهذا يعمد الكثير من مستخدمي الشبكات الاجتماعية إلى إخفاء هويتهم البصرية حتى لا يكونوا مقيدين بها من جهة أو حتى لا تكون السبيل لتكوين الانطباعات حولهم من جهة أخرى.

¹ Sasan Zarghoni, loc.cit.

² Ibid, p12.

4- الروابط الاجتماعية:

هي طريقة غير مباشرة لأولئك الذين ينخرطون في هذه الآلية، ولذين لا يؤكدون حقا سماتهم الشخصية، فبدلاً من ذلك فإنهم ينشرون علاقاتهم مع أشخاص مشهورين ووحدات ناجحة اجتماعياً كالفرق الرياضية، الفنانين وبذلك يأخذون جزءاً من نجاح هذه الوحدات ذات الروابط الإيجابية، وهذا ما يسمى ب (BIRGing) أي: **bosking in reflected glory birging** فالفرد هنا يحس بالفرح على إثر انعكاس مجد أشخاص مشهورين آخرين، ونفس الأمر عند الارتباط بوحدات اجتماعية فاشلة يدخل الفرد فيما يسمى ب (CORFing) أي: **reflected cutting off** failure فالفشل التي تتسم به الوحدات التي يرتبط بها الفرد، أيضاً ينعكس عليه بطريقة ما، هذا في حالة الارتباط بوحدات اجتماعية فاشلة لا تحظى بأي شعبية، فحسب سيالديني (Cialdini) الناس يحبون أن يُعْمَرُوا أكثر في المجد الذي يحققه شخص آخر، فالانخراط في فرق رياضية مثلاً من الممكن أن يوحي بأن هذا الشخص هو رياضي أو له جسم رياضي، أو يحب الرياضة¹. بهذه الطريقة يمكن للآخرين أن يصبحوا هم السبيل لتكوين التصورات حول شخصية الأفراد في الفضاء الافتراضي.

9- مقارنة لعرض الذات في الفضاء الافتراضي:

يعتبر موضوع بناء وعرض الذات في المجتمعات الافتراضية من بين أكثر المواضيع التي تلقى الاهتمام وتحظى بالدراسة في السنوات الأخيرة، فالتحول إلى نمط الاتصال الإلكتروني وانتقال الحياة اليومية من الممارسة الفعلية في الواقع إلى ممارسات اجتماعية ذات نمط افتراضي لا يمكن أن يكون بمنأى عن تأثر هوياتنا على إثر هذه التحولات، فالحواشيب بهذا المعنى تُغَيِّر من ذواتنا من خلال مَدِنًا بالأدوات الجديدة التي تكفُّل البناء الاجتماعي لهذه الذوات، فعلى شبكة الإنترنت كما تقول توركل (Sherry Turkele) "تبنى الذات" وتبنى قواعد التفاعل الاجتماعي ولا يتم تلقيها تلقياً، فأن نستخدم شبكة الإنترنت يعني أن نبتدع ذواتنا على نحو متواصل؛ فأنت ما تزعم أنك عليه، وهويتك على الحاسوب هي محصلة حضورك المشتت، ذلك أن هويتك شديدة المرونة والتعدد، إلى الدرجة التي تجعل الهوية ذا حدود فضفاضة، هذا خلافاً لما كانت عليه

¹ Ibid, p 12.

الهوية من ثبات، فردية وموثوقية، فالهوية على إثر استخدام الإنترنت -كما تراها هذه الباحثة- هي متعددة وقابلة للاصطناع، والمراجعة مرارا وتكرارا، ولممارسات الذات عبر الإنترنت طابع مختلف ومتغير، فالسؤال هو ليس من أنا؟ بل من ذواتي؟¹.

الهوية سمة ملازمة للتفاعل الاجتماعي، وتكتسب مسألة عدم حضور الجسد أهمية كبرى باقترانها بالعتامة التي تتسم بها الاتصالات الرقمية، إذ لا تسمح الشبكات في معظمها للمتخاطبين بأن يروا بعضهم بعضا، الأمر الذي يقلل من دور المظهر الخارجي، والسلوك في رسم ملامح الهوية، خلافا لما كان سائدا في السابق، ذلك لأن محددات الهوية مثل: الجنس، لون البشرة الجسم، السن، اللباس لا يمكن إدراكها ما لم يتطوع الفرد بكشفها، حتى حينها لا يمكن الوثوق بما يقوله الآخرون من معلومات، فغياب المكان، الوجود الاجتماعي، والعتامة في الاتصال الشبكي يسمح بقدر فائق من السرية والمرونة في البناء الاجتماعي لذواتنا، فهذا البناء يتم في النهاية حسب مشيئتنا وهنا تبرز إشكالية الثقة ليس فقط فيما يُنشر بل أيضا في الآخر الافتراضي، حيث يقول كاميرون بايلي (Cameron Bailey) عن هذا الأمر:

"التقابلات الثنائية بين الأنا والآخر، الأبيض والأسود، الذكر والأنثى، الكاتب والقارئ، ستندثر في عالم الخطاب الإلكتروني، البعيد عن اليقين أشد البعد، فالرسائل تأتي وتروج من دون وجه، والحوارات تتم من دون أن نرى أطراف الحوار، وفي العالم الافتراضي يختار الناس هوياتهم ويتلاعبون بها، ويشوهونها أو يبروزونها بوصفها بناء، حيث لا يمكن الثقة بأي معلم من المعالم المحددة".

وإلى جانب ذلك يمكن للناس أن يختاروا أكثر من هوية، وأن يراجعوا هوياتهم المتعددة بيسر ويضمنوا أن ذاتهم لم تعد رهينة تاريخهم إلا بقدر ما هي رهينة اسمهم وجسدهم، وفي إطار هذه البنية، ما عادت الذات أو الهوية أمرا تتوسطه الشبكة فحسب، بل باتت الهوية ذاتها تكتسب ملامح الشبكة (نظام العقد التي تربطها وصلات مختلفة القوة والعمر تمارس الهوية عبرها، ولا تكون مجرد وجود قبلي)، حيث أصبح للأفراد القدرة على السيطرة على شروط تمثلهم لذواتهم²، إذن الذات في

¹ دارن بارني، المجتمع الشبكي مرجع سبق ذكره، ص 163.

² المرجع نفسه، ص 164.

الفضاء الافتراضي هي كما وصفها **غيدنز (Giddens)**: "تصبح الذات مشروعاً انعكاسياً مرناً" إذ يقول:

" بقدر تلاشي التقاليد واكتساب الحياة اليومية طابعاً جدلياً بين المحلي والعالمي يزداد اضطرار الأفراد إلى مفاوضة اختياراتهم أسلوب الحياة بين تشكيلة من الخيارات ويصبح تخطيط الحياة المنظمة على نحو انعكاسي مرناً، السمة المركزية في بناء الهوية الذاتية"¹.

ويذهب **ريتشارد جنكينز (Richard Jenkins)** إلى القول أن الهوية التي تقوم على " القولية والتبسيط المعرفي " والتي تهدف في الغالب إلى رسم صورة إيجابية عن الشخص في الفضاء الافتراضي ينبغي أن ننظر إليها كهوية اجتماعية (social identity) متغيرة تتطوي على ارتباط وثيق بين الفرد والمجتمع، فذاتية الفرد تتحول إلى ظاهرة اجتماعية، فالعالم الاجتماعي هنا يتكون من تصرفات الأفراد، والهوية على هذا النحو تنشئ من خلال تفاعلاتنا ومناقشاتنا مع الآخرين²، فالهوية هنا هي نتاج تموقع الذات في نظام معين من المعاني وهي نتاج التفاعل بين الأفراد والبناء الاجتماعي، والأفراد والآخرين³، فالفرد لا يمكن أن يفهم ذاته إلا إذا نظر إليها في

¹ دارن بارني، المرجع السابق، ص 162.

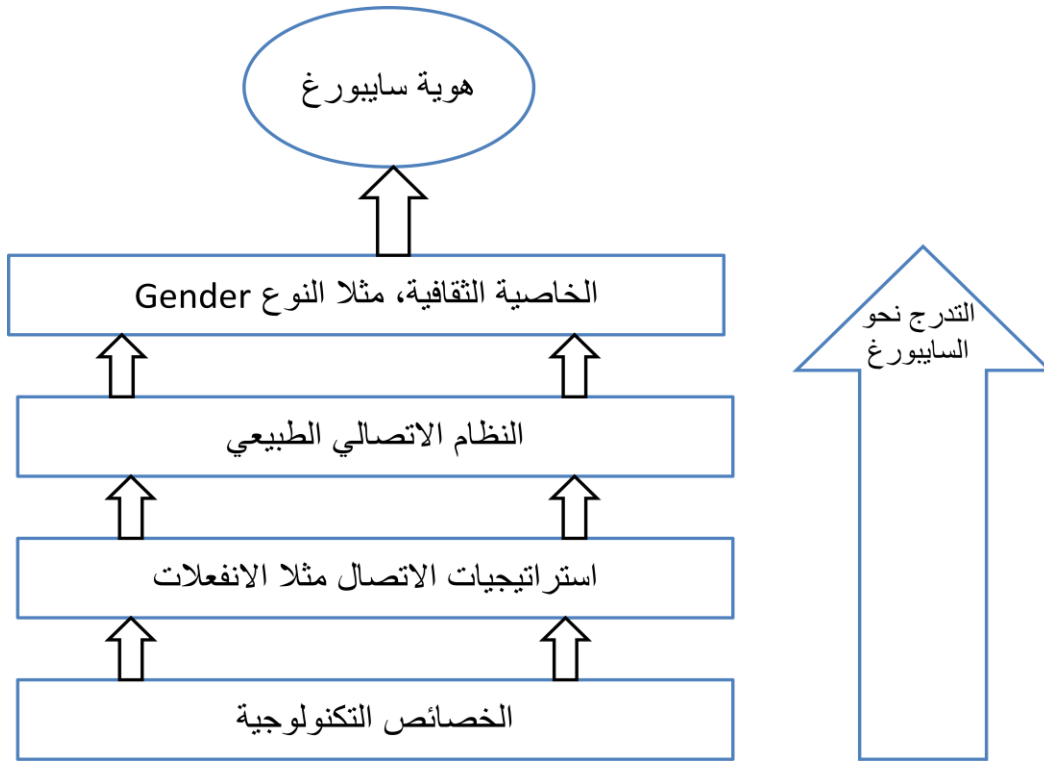
* ينبغي هنا التمييز بين من نحن أي الهوية الشخصية، وبين من نظن أنه نحن أي التصورات الذاتية التي نحملها عن أنفسنا، وبين كيف يرانا الآخرون وكيف نرغب أن يُنظر إلينا أي الذات الاجتماعية التي تعتبر القناة الرئيسية التي من خلالها تمارس تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخاصة وسائط الإعلام الاجتماعي تأثيراً عميقاً في هوياتنا الشخصية، حيث أنها تغير الظروف الاجتماعية التي تعيش فيها وتعديل ما تتم عبه من شبكة علاقات وتدفق للمعلومات، وبشكل غير مباشر تعيد تشكيل طبيعة ونطاق القيود والقدرات التي تحكم تقديم ذاتك للعالم وإلى نفسك، ومن ثم يمكن أن يحدث تغيير جذري في الذات الاجتماعية ينعكس على تصوراتك الذهنية عن ذاتك، هو ما يفضي إلى تشكل الهوية الشخصية في سياق معين، فبناء الذات الاجتماعية (ما يظن الناس أنه أنت) يرتد ليغذي تصوراتك عن ذاتك (ما تظن أنه أنت) الذي من ثم يرتد ليغذي قولبة هويتك الشخصية (من أنت).

للمزيد من الاطلاع أنظر: لوتشيانو فلوريدي، الثورة الرابعة: كيف يعيد الغلاف المعلوماتي تشكيل الواقع الإنساني، ترجمة لؤي عبد المجيد السيد، ص 94-95.

² David Buchingham, youth, identity, and digital media, op.cit, p 6.

³ Deirdre Jordon, identity as a problem in the sociology of knowledge: the social construction of aboriginal identity with special reference to the "world of education", a research project submitted in fulfillment of the requirement for PHD degree, London, 1983, p 30.

وضع اجتماعي معين (social setting) في التفاعل بين ذاته وذوات الآخرين وهذا ما طبقه علم اجتماع المعرفة على جميع الظواهر الثقافية¹.



الشكل رقم(11): نموذج تشكل الهوية في المجتمعات الافتراضية

كما يتضح من خلال الشكل أعلاه تُهيئُ الخصائص التكنولوجية أرضية خاصة للتعامل الاجتماعي لأفراد المجتمع الافتراضي في غرف الدردشة مثلاً، مما يتيح لهم إمكانيات التواصل خصوصاً مع توافر التقنيات البرمجية المناسبة التي تجعلهم يعبرون عن مشاعرهم وانفعالاتهم المختلفة، فيتجسد بذلك نظام تكنو-اجتماعي من التفاعل البشري-الآلي، وبالتالي الأفراد يتمثلون وكأنهم في بيئة طبيعية، ولكن بوسائل وخصائص إلكترونية من شأنها فتح المجال واسعاً لكل الاختلافات الثقافية، العرقية والنوعية، ولهذا نجد تمظهر الأفراد والجماعات بما هو عليه من حقائق

¹ Ibid, p 13.

وأحيانا بما يريدون أن يتمثلوه من هويات متاحة، فتمظهر ذات السايبورغ* هو "تجسد رقمي بخلفية إنسانية" كما يوضح التدرج في ارتقاء التمثل¹.

❖ عرض الذات في الصفحة الرئيسية (Homepage):

تُقدِّم الصفحات الشخصية الرئيسية فرصا واضحة للوعي بعرض الذات؛ فالشخص من خلال صفحته الخاصة يمكن أن يَصُوغَ بعناية صورته وراء الكواليس مما يجعل الخيارات المتاحة عديدة من حيث: كيف أعطي أفضل المعلومات عن ذاتي من خلال النص، الصور، الفيديوهات،... فضلا على الأخذ بعين الاعتبار المعلومات التي لا ينبغي الكشف عنها، وهذا كله قبل العرض العام فمعظم الباحثين أقرّوا أن الصفحات الشخصية تجسد وتوضح عمليات عرض الذات، كما أكدوا أن استخدام هذه الصفحات يكون في الغالب بغرض الإدعاء بهوية ما أو عرض هوية مزيفة².

فالذات الإلكترونية أو الرقمية (Digital self) هي نتاج التفاعل الاجتماعي أين تملك هذه الذات القدرة على أن تكون هي "الذات والموضوع" في التفاعل، ومن خلال هذا تنشأ وفقا لمصطلحات Mead - (I) و (Me) الافتراضيين، فالصفحة الرئيسية الشخصية تسمح ل (I) بتقديم الذات للآخرين، فالبناء في هذه الصفحات يفترض توقعات "الآخر المعمم الافتراضي"، ف (I) تبني الصفحة الرئيسية عن طريق اختيار ما تريد نشره، ومن خلال التنسيق الرقمي مع ردود فعل الآخرين فهي من خلال هذا تلتمس نظرة الآخر من خلال وصلات البريد الإلكتروني، التعليقات والعادات والتفضيلات، العضوية في الصفحات، ... كل هذا يدل على (I)، حيث يتم توقع وجود الآخر وتقييمه، وفي نهاية المطاف، بمجرد أن ترى (I) ردود فعل الآخرين تحدث هنا "الانعكاسية" فننتج (Cyberme) الإلكترونية.

نمو (I) إلى (Me) يحدث من خلال التفاعل في الصفحات الرئيسية، غير أن هذه ال (I) من الممكن أن تبقى في حالة من العزلة، حين تكون غير قادرة على قراءة ردود أفعال الآخرين

* تشير كلمة سايبورغ عادة إلى الإنسان الرقمي، أي إلى الكائن البشري الذي يملك كيانا واقعا وكيانا افتراضيا في آن واحد.

¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 148-149.

² Chester Andrea, presenting self in cyberspace, op.cit, p 83.

الافتراضيين، وهذا في حالة عدم وجود مساحة للتفاعل، لكن هذا الوضع يبقى نادر الحدوث، فنشر اليوميات في الفضاءات الافتراضية يوسع من تصور الآخر للصفحة الرئيسية، وكذلك يُتوقع تفاعل الآخر مع ال(I)، فردود الأفعال والتعليقات حول ما ينشر هو الذي يساعد في ظهورها فهذا يستند على ذوات الآخرين وتَشكُّل تصوراتهم، فتكون (Me) باستمرار تحدد نفسها من خلال الاستجابة مع التفاعلات المترابطة¹، وهذه العملية التي تتم عبر الصفحات الشخصية في الفايسبوك تتبع نفس النهج الذي قدمه ميد (Mead) والذي يختص ببناء التصور حول الذات، ومن ثم عرضها، ودور الآخرين في ذلك في إطار التفاعل الاجتماعي المباشر الذي يتم في الواقع، فالعملية هنا تتم بطرق متشابهة رغم أن محدداتها تختلف؛ كالمجال، ونمط الاتصال والتفاعل، وهذه الفكرة أدلى بها العديد من الباحثين أمثال "لوتشيانو فلوريدي (Luciano Floridi) الذي تحدث بدوره عما أسماه ب"النظرة المحدقة الرقمية" التي تجسد هذه الظاهرة لكن في الأنفوسفير، فالذات هنا تحاول أن ترى نفسها كما يراها الآخرون عن طريق الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تسهل كثيرا من اكتساب خبرة التحديق في النهاية، حيث تستخدم الذات التمثيل الرقمي لها بواسطة الآخرين لتبني الهوية الافتراضية التي تسعى من خلالها إلى استيعاب الهوية الشخصية الخاصة بها (السؤال: من أنا بالنسبة إليك؟) يصير (من أنا على الإنترنت) فمن المرجح أن تكون في حلقة تغذية مرتدة متكررة من التحسينات والتعديلات التي تؤدي إلى حالة اتزان أون لايف بين الذات غير المتصلة وتلك المتصلة بالإنترنت، فعملية المراقبة هي بشكل طبيعي دفيئة وهي من دون شك غير معلنة، وعلى رغم ذلك وبحكم طبيعتها ينبغي أن تفهم النظرة المحدقة الرقمية على أنها حالة مما يفترض أنه المعرفة العامة المراقبة، فكل هذا يحدث عندما أعرف أنك تعرف أنني أعرف².

ولعرض الذات عبر الصفحات الشخصية غايات وأهداف محددة تشبه إلى حد كبير ما يصبو الفرد لتحقيقه من خلال عرض الذات في الحياة الواقعية؛ ف"ميلر (Miller) في أحد دراساته قام بفحص الصفحات الشخصية وعملية عرض الذات فتوصل إلى أن هذا العرض يكون بهدف تعزيز

¹ Laura Robinson, the cyberself : the selfing project goes online, symbolic interaction in the digital age, new media and society, sage publication, London, vol: 9, 2007, p104.

² لوتشيانو فلوريدي، الثورة الرابعة: كيف يعيد الغلاف المعلوماتي تشكيل الواقع الإنساني، ترجمة لؤي عبد المجيد السيد، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، سبتمبر 2017، ص 105.

الذات، كما تحدث عن ما أسماه "cool page" التي يهدف الأفراد من خلالها إلى تقديم صورة مثيرة للاهتمام أو فريدة من نوعها، وإدارة الانطباع هي الدافع الفعلي وراء كل هذا ففي هذه الصفحات تُقدّم الأمور بشكل بسيط نوعا ما مثلا: شخص يضع روابط معينة لمواقع مفضلة لديه وهذا ما يجعل هذه الروابط بمثابة إشارة دالة على ذاته ونفس الشيء عندما نأخذ انطباعا عن الكاتب من خلال الكلمات التي يقوم باختيارها، فالمعلومات المنبعثة هنا هي تحت سيطرة الشخص¹. وهذه الانطباعات المُشكّلة تعتبر أولية فقط، أي مجرد حكم أولي على الهويات حيث تميل الأغلبية من المستخدمين عادة إلى عدم تصديقها من باب عدم الثقة في كل ما هو افتراضي.

فوفقا لميلر (Hugh Miller) كل صفحة شخصية لديها ما يقابلها في العالم الحقيقي فعلى الرغم من أن المواد التعبيرية في الاتصال الإلكتروني تختلف عن ما هو قائم في الاتصال المواجهي كالنص والفيديو، الصور...، إلا أن عرض الذات في الحياة الافتراضية لا يختلف عن عرضها في الحياة اليومية العادية من خلال التفاعلات الاجتماعية، فالهوية التي تُعرض والعمليات التي نستخدمها لتقديمها تشبه في جوهرها ما يحدث في الحياة العادية، فالأمر هنا هو استغلال للتكنولوجيا لنفس الغرض²، ويمكن ملاحظة هذا الوضع بشكل جلي من خلال مراقبة الصفحات الشخصية الرئيسية للمستخدمين، ففي هذه الصفحات سنجد: "مناقشة للمواضيع السياسية، مشاهدة سلسلة تلفزيونية مفضلة، عرض الحياة اليومية العائلية وكذا الانطباعات حول العطلة الأخيرة، تقديم العزاء، دعم الأفراد بعضهم البعض، التهنئة بمناسبة ما، تحديث الحالة كالفرح والحزن، التعب وما شابه، ذلك فالشبكات الاجتماعية هنا تفتح مستوى جديد للواقع"³. فمن الممكن هنا أن يتخذ المستخدم من صفحته الشخصية مجالا للتعبير عن ذاته حتى عن ما لا يستطيع التعبير عنه في مجتمعه؛ لكنه يخفيه في باطنه، ولا يجد حرجا في التعبير عنه افتراضيا.

ونجد كل من واين وكاتز (Wynn and Katz) يدعمون هذه الفكرة، حيث يشيران إلى أن عرض الحياة العادية اليومية (offline self-presentation) والصفحات الشخصية تعمل بطرق متشابهة، وما تتضمنه الصفحات الشخصية هو محاولة لدمج الفرد، وبيان هويته بطريقة متكررة

¹ Chester Andrea, presenting self in cyberspace, op.cit, p 83.

² Ibid, p 84.

³ Heike Monica, is there a home in cyberspace ?, op.cit, p 40.

ومستقرة وفقا للموقف الذي يراه الفرد هاما. فالعديد من الباحثين يتفقون على أن عرض الذات في الصفحات الشخصية هو موثوق وغير متغير، أي أن الأشخاص يعرضون ذاتهم كما هي في الواقع لكن هذا العرض هو انتقائي من حيث المعلومات المقدمة، كما أن المعلومات الشخصية التي يدرجها الفرد (الجنس، العمر، التفضيلات...) كلها ترتبط بتصورات وإدراك ذات الشخص من قبل الآخرين.

وبالرغم من التشابه بين عرض الحياة اليومية والافتراضية إلا أنه يمكن تمييز 3 سمات محددة على النحو التالي:

- الصفحات الرئيسية تتيح فرصة إنتاج المحتوى الإعلامي لجمهور كبير، كان من غير الممكن الوصول إليه من قبل.
- هذا الجمهور الشامل المحتمل غير معروف، فالصفحات الرئيسية تهدف إلى التواصل، فهي مصممة ليتم قراءتها من قبل الآخرين، ومن الممكن أن يكون جمهور الصفحة ليس المستهدف بذاته بل فئة أخرى، فجزء من الجمهور هنا هو في الغالب مجهول، رغم إمكانية تتبع الزيارات حيث يُحتمل أن يكون الجمهور متنوعا.
- الصعوبة في ضبط الصورة. (يمكن القول أن الدافع التعبيري عن الذات في الصفحة الشخصية هو أكبر من مجرد التعريف بالذات، فالهدف هنا هو اجتماعي بالدرجة الأولى)¹.

❖ عرض الذات من خلال الدردشة الإلكترونية:

أصبحت الهوية اليوم في سياق المجتمعات الحديثة، "شأنها شأن الحقيقة، تبنى من خلال الخطاب وهي بذلك تقوم على علاقات متحولة، وشبكات من القوة، تعبر عنها الممارسات اللغوية باستخدام مواد تقدمها وتتمثلها هيئات أو تكوينات اجتماعية وثقافية، سياسية، وبذلك تكون الهوية الإنسانية سياقية، محل نزاع، متعددة وانتقالية، ذلك أن البشر يبنون ذات متعددة تبدو في بعض الأحيان غير متماسكة ومتناقضة، تبعا للسياقات التي غالبا ما تكون هي ذاتها متداخلة"²، حيث يتم

¹ Chester Andrea, op.cit, p 84-85.

² دارن بارني، المجتمع الشبكي، مرجع سبق ذكره، ص25.

بناء هذه الهويات في المجتمعات الافتراضية تحديداً من خلال المحادثات المتبادلة بين المستخدمين "الدرشات التي تتم هي بمثابة قناة للاتصال المترامن وفقاً لنظام تقني معين وبروابط زمن حقيقي (real time links) حيث يتم تبادل الرسائل النصية بين اثنين أو بين مجموعات بأكملها أو بين فرد وجماعة¹، فهذه الدردشات مثلما تُستخدم لأغراض أكاديمية وتنظيمية ومهنية، مثلما تستخدم أيضاً لبناء الذات والتلاعب بها " فالشخص اليوم لا يسأل من أنا؟ بل يسأل: أي تركيبة من ذاتي أنا اليوم هنا في هذا السياق؟ وما الذي يجعلني على هذا السياق؟ وما الذي يجعلني على هذا النحو دون سواه؟ ومن هذا المنطلق فإن الهوية هي " السطح الخطابي الذي تقوم عليه شبكة معقدة من العلاقات، الرموز، والإشارات التي تتقارب لتقصح عن ذاتها، فهي ليست ثابتة أو غير قابلة للتغيير². وإنما تتميز بالمرونة.

فاستعارة الكمبيوتر كمسرح تتجسد حرفياً في الشبكات الاجتماعية الافتراضية³، ففي عالم التواجد المادي نحن نادراً ما نحتاج إلى تقديم وصف ذاتنا للآخرين كيف ينظرون لذواتنا وكيف ننظر إليهم، ولا نحتاج لنقول للآخرين ما نحن عليه لأنهم سوف يتعرفون على ذلك مع مرور الوقت، وعلى هذا النحو نحن نميل إلى اتخاذ ذاتنا كأمر مفروغ منه، ومسلم به في التفاعل وجهاً لوجه، وليس هذا هو الحال في عالم الإنترنت؛ فعند التفاعل مع الآخرين في حالة التواجد المشترك **عن بعد (telecopresence)** خاصة مع من لم نلتقيهم أبداً، نحن مضطرين لتقديم نوع من الوصف الذاتي، والسبب هنا بسيط، فنحن لا شيء، حتى نكتب على لوحة المفاتيح، والآخر لا يعرفوننا حتى نقول لهم شيئاً عنا في عملية السرد، من نحن؟ ماذا نفعل؟... هنا تبدأ الذات الرقمية في التبلور والتشكل، وبهذا المعنى فإن الذات الرقمية هي كما يسميها **تومسون (Thompson)** " **المشروع الرمزي (Symbolic project)** حيث يقوم الفرد بتفعيل البناء في وضع متماسك من خلال السرد للهوية الذاتية⁴.

¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 138.

² دارن بارني، المرجع السابق، ص 26.

³ Gussepe Mantovani, new communication environments from everyday to virtual, Taylor and Francis Ltd, 1ed, UK-USA, 1996 , p118.

⁴ Shanyang Zhao, the digital self, op.cit, p 397.

فعندما نروي القصص عن أنفسنا نقوم بالتعديل بشكل مستمر من خلال عمليات السرد، حول كيف وصلنا إلى ما نحن فيه؟ وإلى أين نحن ذاهبون؟ نحن جميعا كُتاب سير ذاتية غير رسمية عن ذواتنا، فمن خلال بناء القصة نحن قادرين على تشكيل الشعور اتجاهنا.

وكما أن التحدث مع الآخرين من خلال الدردشة الالكترونية يتطلب حالة من التواجد عن بعد ومستوى معين من التأمل والانعكاسية، وهذا لا يمارس عادة في التفاعل وجها لوجه، ففي هذه العملية نلقي نظرة متأنية على ذواتنا، حيث نسعى للتعبير ببطء في كلمات، ليس كيف نرى ذواتنا ولكن ما نريد أن يعرفه الآخرون عن ذواتنا حتى ولو لم يكن هذا ما هو عليه ذواتنا بالفعل وبالتالي "المستخدمون من خلال الكتابة يمكن أن يؤلفوا مع أنفسهم بإعادة اختراع مشاعر، أفكار، وضعية اجتماعية وسمات مختلفة إنسانيتهم بأكملها يمكن أن تتغير¹، ويتم في أغلب الأحيان محاولة رسم صورة الذات المثالية التي يرغب الأفراد في أن يكونوا عليها وهم ليسوا كذلك في الواقع²، وكل هذا يرجع وفقا لفاسكول ودوغلاس (Vaskul & Douglass) إلى أن الهوية في هذا الفضاء لم تعد مرتبطة بالشكل المادي والتواجد الفعلي³:

"إننا بمجرد أن نبدأ في فصل ذواتنا عن الفضاء الجغرافي، والبدء في استثمار أنفسنا في المجتمعات الافتراضية، نحن بهذا نعزز انحلالنا وانفصالنا عن المجتمعات الحقيقية" (Doheny Farina)⁴.

كما يرجع هذا أيضا إلى الحرية المطلقة التي يتمتع بها الأفراد في الفضاء الافتراضي فالتبيعة المجهولة والنصية للاتصال الإلكتروني تجعل الفرد يتمكن من إصلاح الهوية فيما يتعلق ب: الجنس العمر والاسم، القدرات، الإعاقة والوضعية الاقتصادية والاجتماعية والتفضيلات.. مع قدر كبير من التعددية واللاتجانس⁵، فالفرد هنا يملك قدرة كبيرة على التحكم في الذات وضبطها.

¹ Ileana Cristina, virtual communication, op.cit, p 56.

² علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 145.

³ Chester Andrea, presenting the self in cyberspace, op.cit, p 99.

⁴ Carlo Golimberti, Giuseppe Riva, computer-mediated –communication, op.cit, p 34.

⁵ Papacharissi Zizi, the presentation of self in virtual life : characteristics of personal homepages, journalism and mass communication Quarterly, academic journal, vol : 79, issue 3, 2002, p 645.

ويصف **غيدنز (Giddens)** هذا بقوله أن الأفراد المعاصرين (modern individuals) يجب أن يكونوا دائماً في ما أسماه بـ "انعكاسية الذات" (self-reflexive) حول ما يجب القيام به، وما أنا قائم عليه¹، فتصبح الذات مشروعاً يبنيه الفرد ويقلُّ تأثير السياق الاجتماعي على عملية البناء هذا السياق الذي يقول عنه **ميروفيتس (Meyrowitz)** أنه في طريق الزوال بفعل تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فبناء الهوية لم يعد مرتكزاً على الجماعات المرجعية أو على قواعد اجتماعية مشتركة، فوسائل الإعلام الجديدة (new media) حلت هذه السياقات الاجتماعية التقليدية². ويكون الوضع على مستوى عالٍ من الخطورة بالنسبة للجيل الذي نشأ على الإنترنت منذ طفولته.

غوفمان (Goffman) في طرحه عن عرض الذات قدمه على أساس أنه عملية مستمرة لإدارة المعلومات... حيث ميّز في الحياة اليومية بين التعابير المعطاة وغير المعطاة وأشار إلى إمكانية التلاعب بهذه التعابير، إذن، الشبكات الاجتماعية تمثل الوضع المثالي لهذا النمط من التلاعب بالمعلومة مع السماح في هذا الوضع بالسيطرة على أقصى حد من المعلومات التي يريد الفرد أن يكشف عنها³.

ومن أبرز الأمور التي لا يتم الكشف عنها نجد **الأسماء الحقيقية للأفراد**، الذين يلجئون إلى استخدام **أسماء مستعارة** "كقناع للذات (mask)" وهذا قد يساعد الفرد على التعبير عن الذات بصورة أكبر لشعور المرء بمسؤولية خفيفة، ولإبتعاده عن القواعد الاجتماعية، فعادة ما تكون الأسماء المستخدمة في الشبكات الاجتماعية أسماء متخيلة وذكية أو توهي بنمط المجتمع الافتراضي الذي ينتمي إليه الفرد، مثلاً غرف دردشة سياسية، فلسفية، علمية، أو أسماء مشاهير فهذه الأسماء تأخذ تراكيب متنوعة فقد تكون الأسماء مركبة من بعض حروف الاسم الأصلي للشخصية، أو يكون الاسم يدل على اهتمام ما لدى الشخصية في واقعها الطبيعي أو رغبة ما يريد أن يُعرّف به لدى الآخرين، وقد يكون إسماً يجذب الآخرين، كاسم غريب أو مضحك، أو يدل على

¹ David Buckingham, youth, identity, and digital media, Makarthure foundation series on digital media and learning, Cambridge, the mit press, 2008, p 9.

² Carlo Golimberti, Giussepe Riva, op.cit, p 34.

³ Ibid, p 644.

فكرة جذابة، والبعض يستخدم أسماء حقيقية¹، فهذه الأسماء تبرز الهوية الرقمية للفرد وتعطينا انطباعاً معيناً عنه.

ويذهب هنا الدكتور **طه عبد الرحمن** إلى تحليل مماثل يبين من خلاله أن استخدام الأفراد للأسماء المستعارة وإن كان يهدف إلى عدم الكشف عن الهوية الذاتية للمستخدم إلا أنه يعمل بشكل كبير على مساعدة الفرد على الكشف عن ذاته وباطنه العميق بصفة أكبر وكهدف أسمى والتركيز على القول يكون هنا منصبا على الحياة الخاصة تحديداً، حيث يشير إلى "أن استعارة الاسم لا تُخْرِجُ الباطن* عن وصفه، وإنما تؤكد هذا الوصف ذلك أن استعارة المستخدم لاسم من الأسماء على التعيين تتكبر لذاته لا إنكار باطنه، فالتكبر هنا أدل على وجود الباطن، حيث أن المستخدم يدرك أنه يكشف ما لا يطاق كشفه، بل ما لا يجب كشفه فاللجوء إلى استخدام الاسم المستعار للتستر عن الذات يرجع إلى رفع الستار على باطن الفرد، كما أن تعدد الأسماء المستعارة مثلاً يعبر عن تشعب باطن الفرد، فالمستخدم هنا يشعر بالحاجة إلى كشف جوانب من باطنه متباينة صفة، ومتفاوتة رتبة، حيث يعتقد الفرد هنا أن هذه الجوانب الباطنية أغنى من أن تستوعبها هوية واحدة، وإلا فلا أقل من أنها تقبل التوزيع على هويات مختلفة ما كان ليتستر عن نفسه بجملة من الأسماء المنتحلة.

¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 144-145.

* استنبط الدكتور طه عبد الرحمن مفهوم الباطن بناء على التمييز بين "الفضاء الخاص" و"الفضاء العام"، إذ أن هذا الأخير يشمل كل ما يمكن الاشتراك مع الجميع في معرفته، بينما "الفضاء الخاص" يقتصر على ما لا يقع الاشتراك مع الجميع في معرفته، وبناء على هذه التفرقة، تم استعمال لفظ "الباطن" للدلالة على جزء متميز من "الفضاء الخاص"، وهو الجزء الذي يتعلق بما لا يقع الاشتراك فيه مع الآخرين، وبهذا المعنى يكون الباطن أخص ما في الفضاء الخاص مشتملاً على أسرار المعلومة له أو غير المعلومة ذات الصلة بجسمه أو نفسه، ويفرق هنا هذا الباحث بين أنماط متعددة للكشف عن هذا الباطن، والتي من أهمها: "الإبداء غير التكتفي" والذي يعنى به إبداء أخص العناصر في الباطن لخصوص الناس لا لمعومهم لضرورة من الضرورات الوجودية أو السلوكية وهناك أيضاً "الإبداء التكتفي" والذي يُقصدُ به إبداء أخص العناصر في الباطن للناس لغير ضرورة وجودية أو سلوكية بواسطة التقانات الحديثة مثل أجهزة العرض على الشاشة كالحواسيب وأجهزة الهاتف النقال. (بتصرف يسير). (للمزيد من المعلومات أنظر: طه عبد الرحمن، دين الحياء: من الفقه الائتماري إلى الفقه الائتماني، التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال، ص.ص 255-257).

كما أن عدم الكشف عن اسم الشخص المنسوب إليه هذا الباطن لا يلزم منه انتفاء النسبة ولا بالأولى انتفاء الباطن، فإذا كان أحد المستخدمين يتكتم عن اسمه بقدر ما يكشف من باطنه، فإن نسبة الباطن المكشوف إليه لا تنتفي بمعرفة اسمه الحقيقي، ذلك أن المستخدم لا يعنيه أن يُعرف اسمه بقدر ما يعنيه أن يُعرَفَ باطنه¹، فاستعارة الاسم تبدو قناعاً من ورائه إرادة الاعتراف بكل شيء، فقد لا يقصد المستخدم أن يحجب اسمه بقدر ما يقصد أن يُحصَل الشجاعة بل القدرة على أن يبدي ما لا يستطيع إبداءه لو أنه يذكر الاسم الذي هو علم عليه، ذلك لأنه بفضل هذا الإبداء قد يفرج عن نفسه أو يخفف من ألمه أو يتوب من ذنبه أو يشرك غيره في همه، أو يتخلص مما يختلج في صدره من سقيم العواطف أو شنيع الأهواء، أو من ضال الأفكار أو شاذ الأوهام، وحينئذ لا يكون الاسم المستعار حاجباً للباطن، ولا مانعاً من إبدائه². إذن استخدام الأسماء المستعارة لا يرتبط دائماً بتزييف واصطناع الشخصية الافتراضية، وإنما هذا يوفر فرصة جيدة للشخص المتفاعل افتراضياً ليتمكن من الإفصاح عن أخص ما يوجد في حياته الخاصة دون الإحساس بأي قيود اجتماعية أو حواجز نفسية أو حتى أخلاقية تعيق تعبيره عن ذاته.

أما عند الحديث عن **التغيير في الجنس** مثلاً، يتم التلاعب به من خلال "ادعاء الرجل بأنه أنثى والأنثى بأنها رجل، فيكون هذا لأهداف مختلفة ومتنوعة، مثل: الرغبة في معرفة الناس من الجنس الآخر كيف يشعرون في وضعيات معينة أثناء المحادثة، تَعْلُب المرء من خلال هذا على عدم مقدرته على إقامة علاقات حميمية مباشرة مع الجنس الآخر والرغبة في معرفة كيف يشعر الطرف الآخر اتجاه الشخص المتلاعب نفسه بالاعتزاز مثلاً أو السرور من خلال التظاهر بأنه شخص آخر وهناك حالات صاخبة ومثيرة للقلق ناقشها ستون (Stone) مثلاً من خلال دراساته لك (Julie) التي كانت عضواً في أحد المجتمعات الافتراضية، وهي امرأة عجوز، مقعدة، حكيمة وهي شخصية مثيرة للاهتمام، أصبحت صديقة للعديد من الناس تقدم لهم النصيحة في الحياة الشخصية وفي اختياراتهم الحياتية، حيث كان يثق بها المشتركون كثيراً، وفي أحد المرات أصّر مستخدم صديق على لقائها وكانت المفاجأة، كانت Julie لا مقعدة ولا عجوز، بل رجل في متوسط

¹ طه عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 259. (بتصرف).

² المرجع نفسه، ص 260.

العمر، وهو طيب نفسي، إذن هذه حالة من بين الآلاف من الحالات الموجودة¹، والتي من الممكن أن يكون الدافع من ورائها ايجابيا أو حتى سلبيا؛ كالرغبة في التجسس على الآخرين مثلا. ويرتبط كل ما سبق بحالة **عدم الكشف عن الهوية (self closure)** التي تتيح التعبير عن الذات بكل حرية، كما " تمثل فرصة متاحة للخروج بالذوات الممكنة وممارسة الخيال في إطار التفاعل الاجتماعي الافتراضي، فالذات على إثر كل هذا هي غير متمركزة، متعددة، غير مستقرة ومشتتة"². ويكون التشبث بعدم الكشف عن الهوية الفعلية للمستخدمين مقابل إبداء هوية مثالية أو حتى خيالية في كل خصائصها أمرا يدخل في إطار الممارسات الافتراضية التي يقوم بها الأفراد في البدايات الأولى للاستخدام، وخاصة لدى فئة المراهقين، أين يكون هناك دافع اجتماعي لتوسيع تجربة الحياة اليومية، والعمل على استكشاف مكونات الآخرين من خلال التعامل معهم بهويات مزيفة، ويكون هذا التعامل بشكل أكبر مع العلاقات الافتراضية دون الواقعية، لكن هذه الممارسات الاجتماعية مع مرور الوقت تضحل، ليميل الأفراد بعد ذلك إلى الواقعية والعقلانية في عرض ذواتهم والكشف عنها كما هي موجودة في الواقع، وهذا كله مرتبط بدرجة الوعي.

إن القدرة على عدم الكشف عن الذات لا تعني أبدا أن الأفراد ليس بإمكانهم أن يكونوا حقيقيين كما هم على أرض الواقع أيضا، فالعديد من الباحثين من خلال دراسات مختلفة حول الدردشة الإلكترونية تحديدا، على غرار كل من ماكيننا وبراغ (Mckenna and Fitzsimons, Bargh)، وجدوا أن هناك عرض للذات الحقيقية في المجتمعات الافتراضية، وأن هذا يكون بدرجة أسهل من الواقع نفسه في هذه الفضاءات، على عكس الاتصال المواجهي، وأن الناس يصبحون أكثر انفتاحا مما هم عليه في الواقع اليومي أيضا في نفس الصدد، كل من فرانكل، سيانج وآخرون (Siang-Fränkell- Joinson-Myers) أشاروا إلى أن الكشف عن الذات (self disclosure) لدى المستخدمين للإنترنت مقارنة مع المتفاعلين وجها لوجه هو أكبر وينبع بالدرجة الأولى من عدم الكشف عن الهوية البصرية³ كما ينبع من عدم وجود بعض "الموانع الموجودة في الواقع لدى بعض الأفراد، كالعاهات الجسدية والنفسية، الخجل الشديد والخوف من

¹ Gussepe Mantovanin, new communication environments from everyday to virtual, op.cit, p 118.

² Shanyang Zhao, the digital self, op.cit, p 399.

³ Chester Andrea, presenting the self in cyberspace, op.cit, p 100.

الآخرين، أو عدم استلطاق الحياة الاجتماعية الطبيعية، حيث يختفي كل هذا في الدردشة النصية، مما يتيح قدرا كبيرا للثقة في النفس والاندماج في التفاعل الاجتماعي¹، والكشف عن الذات بحميمية يحدث عادة في التفاعل الأول بين المستخدمين الذين يسألون ويجيبون بكل سهولة، على عكس ما إذا طرحت عليهم نفس الأسئلة في الواقع من الممكن أن يعتبروها هجوما ضدهم، وهذا الكشف يتم بناؤه على عدة أسس كالصدق (Honesty)، والعمق (Depth)، ومدى توافر المعلومات (Avaibility of information) وسياق المشاركة (Context of starting) والثقافة (Culture) (Adler et Al)، كما هناك العديد من الأهداف التي يسعى الأفراد لتحقيقها من وراء كشف الذات على سبيل المثال لا الحصر: التنفيس الانفعالي (Catharsis)، وتوضيح الذات (self-clarification)، وتأييد الذات (self-validation) والتبادلية (reciprocity) وتكوين الانطباع (formation impression)، والحفاظ على العلاقات وتقويتها (relationship and enhancement maintenance) والتحكم الاجتماعي، وهذا ما يؤدي إلى تطوير العلاقات الشخصية مع الآخرين وتحسين الصحة النفسية، وتحقيق فهم أفضل لذاتهم². والكشف عن الذات هنا عادة ما يكون أيسر وأكثر عفوية بالنسبة للأشخاص الأصغر سنا مقارنة مع البالغين منهم فالأفراد اليافعين عادة ما يكونون أكثر انفتاحا، ولا يبدون أهمية للقيود الاجتماعية التي تحدد سلوكهم.

ويرى الدكتور **طه عبد الرحمن** في هذا الصدد أن الكشف عن الذات يمكن تصنيف الاتجاه نحوه إلى نمطين: أحدهما **نظر قائم** يرى التكتشف* أنه يقيد وضعيا ويصنفه اجتماعيا ويحدده قيميا حتى ولو لم يُلقَ الآخر ببصره إليه، بل إن في عدم إبصاره له المزيد من الإهمال له، والإهمال إنما هو نظر من الأنظار، والثاني، **نظر ممكن** يرى أنه يوافق تطلعاته في التحرر من رقابة وضعه وإبراز قدراته، وتوسيع مدى هويته، لذا فإنه لا يقر بالنظر الأول الذي يورثه وجودا اجتماعيا غير

¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 146.

² سلطان بن موسى العويضة، علاقة الاتصال الشائع المفضل بكل من القلق الاجتماعي والشعور بالوحدة وكشف الذات لدى عينة من طلبة جامعة عمان الأهلية، مرجع سبق ذكره، ص 416.

* الكشف عن الذات وعرضها للآخرين، أو بعبارة أخرى بروز الشخص افتراضيا للآخرين من خلال ما ينشره ومن خلال المحادثات التي يجريها.

مرغوب فيه، حتى ولو انطوى على شيء من الاعتبار له، فيعرض نفسه في الشبكات وعلى الشاشات عسى أن يحصل النظر الثاني الذي يورثه وجودا اجتماعيا يعطيه الاعتبار الذي يطمح إليه. وكما أن الكشف عن الذات من وجهة نظر هذا الباحث لا يعد عملية اختيارية وإنما بات أمرا إجباريا بالنسبة للمتفاعلين افتراضيا، فالفرد مهما ادعى أنه مخير في تكشفه إن شاء فعله وإن شاء تركه، فليس الأمر كذلك، بل هو في الحقيقة، مجبر عليه لأنه يشعر بأنه في حكم المعدوم لو أنه حفظ باطنه، ولم يظهره أو كتم سره ولم يفشه، وما يكون في حكم المعدوم لا حظ له في فرص التعامل مع الآخرين، ناهيك عن أن يشاركهم مشاريعهم أو يؤتمن على مصالحهم، ومن هذه الجهة يكون الإجبار على التكشف بمثابة عنف صريح يمارسه الآخر على المتكشف، إذ ينتزع منه باطنه ناظرا إليه وحاكما عليه، ولو أن هذا الانتزاع ليس انتزاعا مباشرا، لأن الأصل فيه ليس إرادة الآخر وإنما مطلب التكشف الذي بات يميز مجتمع الشاشة¹، فالانفتاح هنا على الآخرين أصبحا مطلوبيا.

وفي معالجته لحالة الكشف عن الذات يقول الدكتور طه عبد الرحمن أنها ليست ايجابية على الدوام، بل من الممكن أن تكون سلبية أيضا؛ فالتكشف حسب "من الممكن أن يُمارَس تجسيدا لحب الذات، أو كما يسميه "التكشف الذاتي" أو حتى "النرجسية"، حيث يصبح الفرد متعلقا مثلا بصورته بشكل كبير، ويصبح مهتما بهذه الصورة غير مبال بما يجري من أحداث خارجية، ويرجع هذا إلى أن المجتمع المعاصر هو مجتمع الصورة أين تصبح للموجودات قيمة في ظاهرها، وكما أن نرجسية المتكشف لئن تمثلت في كونه يتكشف لذاته متعلقا بصورته أو نظره أو جسمه؛ فإن ذلك لا يعني أنه يدخل في تلك العلاقات النرجسية رأسا سالكا فيها طريق الاستبطان الذي يستغني فيه بنفسه، وإنما يتوسط في الدخول فيها بتكشفاتة لغيره متعرضا لأكثر ما يمكن من الأنظار التي تتوجه إليه، فتكون أنظار الآخرين إليه وأحكامهم فيه فاصلة لا لكونه يحصل بفضلها الاعتراف به فحسب، بل تتعدى ذلك لجعله يُكُونُ تصوراتَه عن نفسه، بل جعله يتبين خصوصية هويته، حتى

¹ طه عبد الرحمن، دين الحياء: من الفقه الائتماري إلى الفقه الائتماني، التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 265-266. (بتصرف).

أن نرجسيته تزداد بازدياد هذه الأنظار"¹. فنشر الصور الشخصية عبر ما أصبح يعرف بالسيلفي الذي يعرف رواجاً كبيراً عبر الشبكات الاجتماعية أصبح يجسد حالة النرجسية بشكل لافت.

كما أن الكشف عن الذات من الممكن أن يتعدى الحدود اللائقة والمسموح بها في المجتمعات الافتراضية، حيث يتعدى الفرد في هذه الحالة "الأحكام القانونية أو القواعد الاجتماعية أو العوائد الثقافية أو القيم الأخلاقية، ففي نهاية الأمر، نجد أنه ليس كل شيء يمكن الكشف عنه، لأن في كشفه ضرراً متيقناً يعود على الذات وعلى الآخر، وكشف ما فيه ضرر مستيقن فيه تعد للحدود كما أن كل إنسان لا ينبغي أن يكشف كل ما عنده، لأن ما عنده قد يخصه، ولا يتعلق منه شيء بغيره وكشف ما يخصه بغير موجب هو إسراف في الإبداء، ولا أن كل إنسان ينبغي أن يُكشَفَ له عما يكشف لغيره؛ لأن في هذا الكشف انتهاكاً لخصوصية فرد بعينه أو جماعة بعينها، وانتهاك خصوصية الآخرين هو أيضاً إسراف في الإبداء، فالحياة الاجتماعية الافتراضية إذن حياة ملؤها التكشف على كل الأنحاء إن تبادل الصور، أو تناقلاً للأخبار، أو إفشاء للأسرار، جاعلين من الشاشة المرآة التي يتراءون فيها، ونافذته التي يتواصلون من خلالها"².

فهذا التكشف في الأخير ينبغي أن تكون له حدود واضحة تتماشى مع ما يحكم سلوك الأفراد في محيطهم الاجتماعي الواقعي، وكما أن الخصوصية هنا تعتبر من المحددات التي ينبغي أن يأخذها بعين الاعتبار المستخدمون أثناء عرض ذواتهم عبر الشبكات الاجتماعية، وكما أن هذا العرض من الممكن أيضاً أن يأخذ منا آخر؛ من حيث أنه يصبح في بعض الأحيان هاجساً لا يتم من ورائه سوى التظاهر بما هو غير موجود فعلياً في الحياة اليومية، وهذا يُدخِلُ الفرد في متاهة من الزيف لا نهاية لها، فلا يكون بهذا تكشفاً بل تظاهراً مزيفاً بالتكشف أمام الآخرين.

¹ طه عبد الرحمن، المرجع السابق، ص.ص 268-272.

² المرجع السابق، ص.ص 253-255.

الجانب الميداني للدراسة

يتضمن هذا الفصل التحليل الكمي والكيفي لمختلف البيانات المدرجة في الجداول التي تم بناؤها، هذه الأخيرة التي سيتم إرفاقها بقراءات إحصائية، وإتباعها بالتفسير، والتحليل والتأويل لمختلف النتائج المتحصل عليها.

جدول رقم 04: توزيع العينة حسب المتغيرات الديمغرافية والاجتماعية للمبحوثين:

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
الجنس	الذكور	229	% 45,80
	الإناث	271	% 54,20
	المجموع	500	% 100
السن	22-18	107	% 21,40
	26-23	149	% 29,80
	36-27	244	% 48,80
	المجموع	500	% 100
المستوى التعليمي	ابتدائي	1	% 0,2
	ثانوي	44	% 8,8
	جامعي	455	% 91
	المجموع	500	% 100
المستوى المعيشي	ممتاز	7	% 1,40
	جيد	152	% 30,40
	متوسط	329	% 65,80
	متدني	12	% 2,40
	المجموع	500	% 100
الحالة الاجتماعية	أعزب/عزباء	407	% 81,40
	متزوج (ة)	89	17,80
	مطلق (ة)	4	% 0,80
	المجموع	500	% 100
المستوى المهني	عامل (ة)	253	% 50,60
	عاطل عن العمل (ة)	247	% 49,40
	المجموع	500	% 100

يُبرَزُ لنا هذا الجدول السمات العامة والاجتماعية للمبحوثين والتي اشتملت بداية على **متغير الجنس**؛ حيث بلغت نسبة الذكور 45,80% في حين بلغت نسبة الإناث 54,20%، وما نلاحظه هنا هو أن النسبتين متقاربتين؛ مما يعطي لكلا الجنسين نفس الفرص المتكافئة في الحضور وبالتالي يتيح هذا استكشاف الفروق بينهما فيما يتعلق بالعديد من الأسئلة، كما أن نتائج هذا المتغير جاءت متوافقة مع طبيعة المجتمع الجزائري الذي يعرف نموا وتواجدا كبيرا للإناث مقارنة بالذكور.

أما من حيث **متغير السن** فقد عمدت الباحثة إلى تقسيمه لـ 3 فئات محددة ما بين: 18 و 22 سنة و قدرت نسبة هذه الفئة بـ 21,40%، بينما نجد نسبة 29,80% لفئة 23 حتى 26 سنة، أما الفئة الأخيرة: 27-36 فقد قُدرت نسبتها بـ 48,80%، فالشباب البالغ قد احتل أكبر نسبة من حيث الاستخدام مقارنة مع بقية الأعمار الأخرى.

ومن بين المتغيرات المُعتمَدة أيضا نجد **متغير المستوى التعليمي** الذي احتل فيه المستوى الجامعي أعلى نسبة وذلك بـ 91%، وهي النسبة الطاغية مقارنة مع المستوى الثانوي الذي بلغت نسبته 8,8%، والمستوى الابتدائي الذي عرف ندرة في التواجد حيث قدرت نسبته بـ 0,2% بمعدل شخص واحد من بين الـ 500 مبحوث، في حين انعدمت نسبة ذوي المستوى المتوسط، فنتائج توزيع هذا المتغير تتماشى مع فئات السن المحددة؛ والتي يكون الكثير من أفرادها في مرحلة التعليم الجامعي، كما نجد إلى جانب المتغيرات السابقة **متغير المستوى المعيشي** الذي قُسم إلى المستوى الممتاز الذي أخذ أقل نسبة: 1,40%، وكذا المستوى الجيد، والمتدني وكذا المتوسط الذي بلغ أعلى نسبة بـ: 65,80%، وهذا ما يتوافق مع طبيعة الوضعية الاجتماعية والاقتصادية لحياة الناس في المجتمع الجزائري حاليا.

ومن حيث **الحالة الاجتماعية** فأغلب أفراد العينة من العزب 81,40% وبالمقابل أضعف نسبة احتلتها فئة المطلقين وذلك بـ 0,80%، فالشباب غير المتزوجين عادة ما يكون لديهم وقت فراغ أكبر مقارنة مع من هم متزوجين؛ والذين من المفترض أن يكون لديهم وقت أقل بسبب ظروف العمل والحياة، فضلا على أن العديد من المتزوجين يَمْتَنِعُونَ عن فتح صفحات شخصية فايسبوكية تقاديا لحدوث المشاكل التي تؤدي حتى إلى الطلاق، أو بالنسبة للإناث يكون هذا في بعض الأحيان امتثالا لطلب الزوج، ولا ينطبق هذا على الجميع، وكمتغير أخير نجد **المستوى المهني**

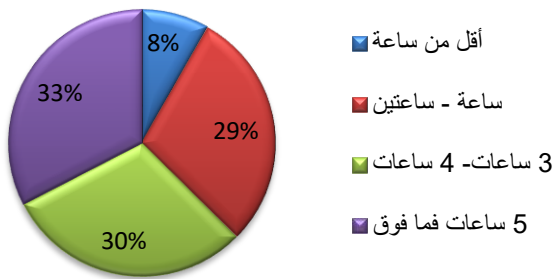
الذي تَقَارَبَتْ فِيهِ النِسْبُ إِلَى حد كبير بين العاملين 50,60% والعاطلين عن العمل 49,40% وتفقو نسبة العاملين المستخدمين للفايسبوك نسبة المستخدمين العاطلين عن العمل رغم أن هؤلاء يملكون وقتا وفراغا أكبر مما يتيح لهم استخدام الفايسبوك بصفة أكثر إلا أن هذه المفارقة ترجع إلى أن استخدام الفايسبوك يكون حتى في أوقات العمل ولا يقتصر فقط على أوقات الفراغ.

طريقة توزيع العينة لربما كان لها دور كبير في التكافؤ والتقارب في النسب بين فئات العديد من المتغيرات، حيث لم نُقَمْ بنشر استمارة الاستبيان الالكترونية على الصفحات الفايسبوكية أو حتى المجموعات التي تأخذ طابعا مشتركا في أغلب الأحيان؛ مما يُقَلِّلُ من التنوع في العينة، كأن نجد مثلا صفحات أو مجموعات خاصة بالطلبة أو بالنساء أو صفحات دينية ومجموعات للتسلية أو مهنية؛ مما يجعل العينة تنحصر في فئة معينة على حساب الفئات الأخرى من الشباب الجزائري فالاعتماد على المستخدمين في عملية التوزيع كان يهدف بالدرجة الأولى إلى أن تَتَشَكَّلَ لدينا عينة شاملة ومتنوعة في مختلف خصائصها وانتماءاتها.

❖ التحليل الكمي والكيفي للمحور الأول:

جدول رقم 05: الحجم الساعي لاستخدام الفايسبوك لدى أفراد العينة:

الشكل رقم (12): عدد ساعات استخدام الفايسبوك:



النسبة	التكرار	عدد الساعات
8,2%	41	أقل من ساعة
29,20%	146	ساعة على ساعتين
30%	150	3 ساعات-4 ساعات
32,60%	163	5 ساعات فما فوق
100%	500	المجموع

يَتَبَيَّنُ لنا من خلال النسب الإجمالية المُدرَجَة في الجدول أعلاه أن الاستخدام الذي يستغرق 5 ساعات فما فوق أخذ أكبر نسبة وذلك ب32,60%، في حين نجد أن 3 ساعات حتى 4 ساعات استخدام تأتي في المرتبة الثانية وذلك بنسبة 30%، بينما نجد أن أضعف نسبة كانت للاستخدام الذي يستغرق من أقل من ساعة، وذلك ب8,2%، فهذه البيانات تجعلنا نُقَرُّ أن الشباب الجزائري

يميلون إلى الاستخدام الكثيف للفايسبوك في حياتهم اليومية، ويرجع هذا الأمر ليس فقط لأن الفاييسبوك أصبح مصدرا هاما لمختلف المعلومات، الأخبار، والإعلانات التي تهم الشباب في جميع مجالات الحياة بما في ذلك التعليم، التوظيف، أخبار السياسة والاقتصاد، الثقافة، الترفيه والتسلية وغيرها، وإنما الفاييسبوك اليوم بات وسيلة أساسية للتواصل بين الأفراد في المجتمع على حساب أنماط الاتصال الأخرى، فمنذ زمن مضى كان الاتصال بالهاتف في المجتمع الجزائري يقوم بدور هام على صعيد الاتصال غير المباشر ولكن مع ظهور الفاييسبوك تحول هذا الاتصال ليُصْبِحَ أنيا ومستمر عبر هذه الشبكة الاجتماعية، وبأقل التكاليف الممكنة؛ علاوة على الخصائص التي يتميز بها هذا الفضاء الافتراضي والتي تعتبر عوامل جذب هامة، فهو وسيط اتصالي وإعلامي في آن واحد فرض وجوده في الحياة اليومية للشباب الجزائري بقوة.

جدول رقم 06: يربط بين متغير السن وعدد ساعات استخدام الفاييسبوك لدى أفراد العينة:

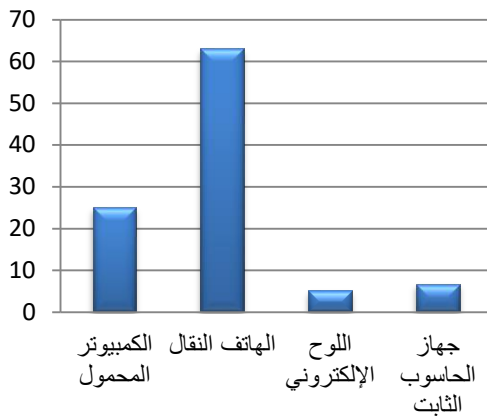
النسبة الكلية	المجموع الكلي	36-27		26-23		22-18		السن / عدد الساعات
		%	ت	%	ت	%	ت	
8,2 %	41	11,10 %	27	5,40 %	8	5,60 %	6	أقل من ساعة
29,20 %	146	31,60 %	77	27,50 %	41	26,20 %	28	من ساعة إلى ساعتين
30 %	150	31,10 %	76	28,90 %	43	29 %	31	من 3 ساعات إلى 4 ساعات
32,60 %	163	26,20 %	64	38,30 %	57	39,30 %	42	من 5 ساعات فما فوق
100 %	500	100 %	244	100 %	149	100 %	107	المجموع

نلاحظ من خلال البيانات أعلاه أن الشباب الجزائري الذين تتراوح أعمارهم ما بين سن 18 و22 يستخدمون الفاييسبوك لمدة 5 ساعات فما فوق يوميا بنسبة 39,30%، بينما 29% من نفس هذه الفئة العمرية يستخدمون الفاييسبوك يوميا من 3 إلى 4 ساعات يوميا، ونفس الأمر مع الفئة العمرية من 23 حتى 26 سنة حيث يستخدمون الفاييسبوك يوميا بمعدل 5 ساعات فما فوق ومن ثم 3 إلى 4 ساعات، غير أن الشباب الذين يتراوح سنهم ما بين 27 و36 سنة يستخدمون الفاييسبوك من ساعة إلى ساعتين يوميا بنسبة 31,10%، ولمدة 3 إلى 4 ساعات بنسبة 31,60%.

إذن يميل الشباب اليافع إلى الاستخدام الكثيف للفايسبوك مقارنة مع الأكبر سنا، ويعود هذا إلى تجربة الفرد مع الوسيلة، فمن المفترض أن الشباب البالغ تجربته مع الفاييسبوك تعتبر أطول

وأقدم بحكم أسبقية السن، فالشباب الأصغر سنا يُعْتَبَرُونَ حديثي الاستعمال وبالتالي يكون إقبالهم كبيرا على استخدام الفايسبوك، فهم يكونون في مرحلة انبهار بالوسيلة واستكشاف لها، غير أنه مع مرور الوقت يميل الشباب أكثر إلى العقلانية والاعتدال في الاستخدام ويدخلون في الروتين، فيقل الوقت المخصص للاستعمال مقارنة مع البدايات الأولى له، وهذا ما كان يحدث مع مختلف الوسائل التي سبقت ظهور الإنترنت والشبكات الاجتماعية.

الجدول رقم 07: الوسيلة المعتمدة لاستخدام الفايسبوك:



الوسيلة المستخدمة	التكرار	النسبة
الكمبيوتر المحمول	167	25%
الهاتف النقال	421	63,10%
اللوحة الإلكترونية	34	5,10%
جهاز الحاسوب الثابت	45	6,70%
المجموع	500	100%

الشكل رقم (13) : الوسيلة المعتمدة لاستخدام الفايسبوك

يعتبر الهاتف النقال أكثر الوسائل استعمالا لاستخدام الفايسبوك على الإطلاق بالنسبة للشباب الجزائري، وهذا بنسبة تُقدَّرُ بـ63,10%، ويأتي الكمبيوتر المحمول في المرتبة الثانية بنسبة 25%، في حين أن أضعف نسبة كانت للألواح الإلكترونية وذلك بـ5,10%.

ويعود هذا الاستخدام الكبير للهاتف النقال تبعاً للخصائص المميزة التي أصبح ينفرد بها والتي تستقطب العديد من الشباب، حيث يُعدُّ منخفض التكاليف مقارنة مع الوسائل الإلكترونية الأخرى، وكذا لأنه عملي أكثر من حيث الحجم، وإمكانية الاستخدام في أي وقت وفي أي مكان كما أنه يمنح جانبا معتبرا من الخصوصية والاستقلالية في الاستعمال عكس بعض الوسائل الأخرى كالحاسوب الثابت مثلا، فضلا على أن " أجهزة الهواتف النقالة اليوم لم تعد مجرد وسيلة اتصال صوتي، بل أصبحت تستخدم مثلها مثل الكمبيوتر المحمول حيث يمكن تصفح الإنترنت واستقبال الرسائل النصية والقيام بمكالمات بالصوت والصورة عبر الفايسبوك بدلا من الخدمات

الهاتفية المكلفة، الدخول إلى الألعاب الإلكترونية، صفحات الترفيه والتسلية، تحميل الفيديوهات وسماع الأغاني، الاستفادة من التطبيقات الإلكترونية، وسهولة تبادل الملفات¹، ليس هذا فقط وإنما إمكانية التشارك مع الآخرين في كل هذا عبر الفايبروك.

ففي الجزائر قد بلغ عدد المشتركين في الهاتف النقال سنة 2016 حوالي 47 مليون و41 ألف و321 مشترك بزيادة بأكثر من 3,65 مليون مشترك عن 2015²، وبالنسبة للجيل الثالث فقد أصبح يغطي كل ولايات الوطن تقريبا، والجيل الرابع لا يزال في تطور وانتشار مستمر، فهذا الانتشار الواسع الذي يزداد يوما بعد يوم جعل الشبكات الاجتماعية أمرا متاحا للجميع خاصة بعد أن قامت مختلف شركات الاتصالات في الجزائر بتوفير مجانية استخدام الفايبروك عبر تقنية الجيل الثالث (3G) من دون أي تكاليف تذكر، هذا ما سبب التراجع في استخدام الوسائل الأخرى والإقبال المتزايد على اقتناء الهواتف الذكية، هذه الأخيرة التي أصبحت وسيطا اتصاليا وإعلاميا في آن واحد.

¹ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، المملكة الأردنية الهاشمية، 1435هـ، 2014م، ص436.

² حسان حويشة، سلطة الضبط تقدم حصيلة القطاع لعام 2016: 29 مليون مشترك في الإنترنت و47 مليون في الهاتف النقال، صفحة الحدث، جريدة الشروق اليومي الجزائرية، الخميس 30 مارس 2017، العدد 5413، ص5.

جدول رقم 08: يربط بين الفايسبوك كفضاء لقضاء أوقات الفراغ وبين متغير الجنس:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	إناث		ذكور		الجنس الإيجابية
		%	ت	%	ت	
12	60	12,2	33	11,8	27	دائما
36,8	184	41,3	112	31,4	72	غالبا
41,4	207	38,7	105	44,5	102	أحيانا
6,4	32	4,8	13	8,3	19	نادرا
3,4	17	3	8	3,9	9	أبدا
100	500	100	271	100	229	المجموع

يمثل الفايسبوك الفضاء الأمثل لقضاء وقت الفراغ للشباب الجزائري أحيانا ب41,4% وغالبا بنسبة 36,8%، وبالنظر إلى متغير الجنس، فيكون هذا لدى للإناث غالبا ب41,3%، في حين أن 3% منهم لا يمضين وقت فراغهن في هذا الفضاء الافتراضي، أما الذكور فيمضون وقت فراغهم في الفايسبوك لكن بصفة متواترة وهذا بنسبة 44,5%، في حين أن 9% لا يقومون بذلك.

وجاءت النتائج على هذا النحو على اعتبار أن الذكور يملكون فضاءات عدة لقضاء وقت فراغهم؛ بداية من الشارع وإمكانية الالتقاء بالأصدقاء، ممارسة الرياضة وبقية الهوايات الأخرى، مع إمكانية القيام بكل هذا يوميا، بينما الكثير من الإناث في المجتمع الجزائري وجودهن خارج أوقات العمل أو الدراسة يكون مرتبطا بالمنزل أكثر حتى في نهاية الأسبوع، باستثناء بعض الأوقات وبالتالي يمثل هنا الفايسبوك الملجأ لتمضية ذلك الفراغ من خلال التواصل مع الآخرين أو التصفح.

فالفايسبوك إذن بالنسبة لبعض الذكور والإناث يمثل ما أسماه الباحث " أولدنبرغ (Oldenburg) ب" الأمكنة الثالثة " التي يرتاح فيها الناس من الأعباء اليومية، فيجلسون فيها ليتحدثوا بارتياح عن أمورهم الخاصة ويتخلصون من قيود العمل، والشكليات الرسمية، وغيرها والتي كانت في السابق تتجسد في أماكن من مثل: الأندية الشعبية والساحات العامة... الخ، فهذا الباحث قد نوه إلى أن " هذا النوع من الفضاءات مهم جدا في تكوين المجتمعات البشرية في شكل جماعات مترابطة تجمعها مصالح واهتمامات اجتماعية بحتة، مما يقوي من طابع التشارك فيما بينهم فالروابط الاجتماعية في هذه الأمكنة تفرز قوتها، وتربط الناس بعلاقات لا يمكن تكوينها في غيرها

من الأمكنة الرسمية¹، فمثل هذه الأماكن تعتبر في المجتمع الجزائري متاحة للذكور أكثر من الإناث اللواتي يجدن فضاءات بديلة لذلك؛ تتحصر في لقاءات القرابة، الزيارات والمناسبات العائلية الحياتية؛ أين تدخلن في حلقات من النقاش والحوار والتحدث عن أمور حياتهن اليومية، فهذه اللقاءات هي بمثابة مجالات ليُعبرن عن أنفسهن من خلالها للآخرين، والآن أصبح الفيسبوك هو البديل عن تلك الفضاءات التقليدية بالنسبة لهن كمكان ثالث رقمي.

جدول رقم 09: يربط بين مدى اعتبار المبحوثين الفيسبوك كفضاء لقضاء أوقات الفراغ وبين الحجم الساعي للاستخدام:

الاختيارات	ساعات الاستخدام		أقل من ساعة		ساعة - ساعتين		3 إلى 4 ساعات		5 ساعات فما فوق		م ك ن ك
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
دائما	4,9	2	6	4,1	10	6,7	42	25,8	60	12	
غالبا	12,2	5	32	21,9	67	44,7	80	49,1	184	36,8	
أحيانا	51,2	21	88	60,3	62	41,3	36	22,1	207	41,4	
نادرا	19,5	8	14	9,6	7	4,7	3	1,8	32	6,4	
أبدا	12,2	5	6	4,1	4	2,7	2	1,2	17	3,4	
المجموع الكلي	100	41	146	100	150	100	163	100	500	100	

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الشباب الجزائريين الذين يستغرقون أقل من ساعة يوميا في استخدام الفيسبوك، ورغم قصر هذه المدة إلا أنهم يتخذون من هذه الوسيلة فضاء لقضاء أوقات الفراغ، وهذا أحيانا بـ 51,2%، ونادرا بـ 19,5% كثاني أعلى نسبة، في حين نجد أن الذين يمضون من 5 ساعات فما فوق في ذلك الاستخدام يكون الفيسبوك فضاء لقضاء أوقات فراغهم في الغالب بما يعادل 49,1%، ومن ثم بشكل دائم بنسبة 25,8%، ومن هنا يتضح بشكل جلي بأن هناك علاقة وطيدة بين مدة الاستخدام وبين مدى اعتبار هؤلاء الشباب الفيسبوك مجالا لقضاء أوقات الفراغ، فكلما زاد زمن الاستخدام كلما زاد هذا الاعتبار، فالتعود على الاستخدام لمدة طويلة من الممكن أن يؤدي مع مرور الوقت إلى تفضيل الفرد وجوده في هذا المجتمع الافتراضي

¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 63-64.

سواء للتصفح أو للتواصل مع الآخرين على ممارسة باقي النشاطات الحياتية الأخرى التي كانت تشغل أوقات فراغه في واقعه الفعلي.

جدول رقم 10: يربط بين مدى قدرة الشباب الجزائري على الاستغناء عن استخدام الفايسبوك وبين الحجم الساعي للاستخدام:

ن ك	م ك	5 ساعات فما فوق		3 إلى 4 ساعات		ساعة - ساعتين		أقل من ساعة		ساعات الاستخدام القدرة على الاستغناء
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
10,6	53	20,2	33	8,7	13	4,1	6	2,4	1	دائما
18,8	94	25,8	42	23,3	35	8,9	13	9,8	4	غالبا
38,2	191	39,9	65	37,3	56	39	57	31,7	13	أحيانا
9,8	49	6,1	10	9,3	14	13,7	20	12,2	5	نادرا
22,6	113	8	13	21,3	32	34,2	50	43,9	18	أبدا
100	500	100	163	100	150	100	146	100	41	المجموع الكلي

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن من تقل مدة استخدامهم عن ساعة نجدهم أقل تعلقا بالفايسبوك حيث يعبرون عن إمكانية الاستغناء عنه دائما وذلك بنسبة 43,9%، بينما الذين يستغرقون من ساعة إلى ساعتين في ذلك، فرغم قصر مدة الاستخدام إلا أنهم يُقرّون بأنهم أحيانا يشعرون بعدم إمكانية استغنائهم عن هذا الفضاء الافتراضي، وهذا بنسبة 39%، في حين أن 34,2% ينفون ذلك، أما الذين يقضون من 3 إلى 4 ساعات استخدام فنجد ارتباطهم بالفايسبوك يزداد فهم يحسون أحيانا بعدم القدرة عن الابتعاد عنه بنسبة 37,3%، في حين تنفي البقية ذلك ب21,3%، أما من يستغرقون 5 ساعات فما فوق في الاستخدام يشعرون بصعوبة الاستغناء عن الفاييسبوك أحيانا بنسبة 39,9%، مقابل 8% لمن ينفون ذلك.

يمكن القول هنا أنه كلما زادت مدة استخدام الفاييسبوك لدى الشباب الجزائري كلما قلت قدرتهم على الاستغناء عن هذه الشبكة الاجتماعية في حياتهم اليومية، لكن هذا يكون بشكل متواتر وليس بشكل بالغ، فالأمر ينتقل أحيانا من كثرة الاستخدام وشدة التعلق إلى قلة الاستخدام وإمكانية الاستغناء وهذا على إثر الملل الذي يصيب بعض المستخدمين من هذه الفضاءات التي تصبح في بعض الأحيان مستهلكة بالنسبة لهم، وهناك البعض الآخر على الرغم من شعورهم بهذا الملل؛ إلا أنهم لا يستغنون عن استخدام الفاييسبوك بفعل التعود على هذا الاستخدام.

جدول رقم 11: يربط بين مدى ندم المبحوثين جراء استخدام الفايسبوك لوقت طويل وبين الحجم الساعي للاستخدام:

ن ك	م ك	5 ساعات فما فوق		3 إلى 4 ساعات		ساعة- ساعتين		أقل من ساعة		ساعات الاستخدام
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
20,6	103	47	28,8	36	11,6	17	7,3	3	دائما	
21,8	109	32	19,6	40	19,9	29	19,5	8	غالبا	
35,4	177	60	36,8	47	35,6	52	43,9	18	أحيانا	
8,2	41	11	6,7	12	8,2	12	14,6	6	نادرا	
14	70	13	8	15	24,7	36	14,6	6	أبدا	
100	500	163	100	150	100	146	100	41	المجموع الكلي	

تشير البيانات الإحصائية المتحصل عليها في هذا الجدول إلى أن الذين يستخدمون الفايسبوك لأقل من ساعة بالرغم من قصر مدة استخدامهم إلا أنهم يقرون بإحساسهم بالندم جراء ذلك الاستخدام أحيانا بنسبة 43,9%، وكما نجد أن المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك من ساعة إلى ساعتين أيضا يحسون بالندم أحيانا وهذا بنسبة 35,6%، وكما نلاحظ أن الإحساس بالندم جراء الوقت المستغرق في الاستخدام يزيد لمن يقضون من 3 إلى 4 ساعات وهذا أحيانا بنسبة 31,3% وفي الغالب بنسبة 26,7%، ويتفاهم هذا الإحساس بشكل أكبر مع من يقضون 5 ساعات فما فوق في الاستخدام، حيث يكون هذا أحيانا بنسبة 36,8%، ودائما بـ 28,8%.

وهذا يجعلنا نقول أن هناك علاقة قوية بين مدة الاستخدام ومدى الإحساس بالندم على الوقت الذي يفلت من الأفراد في الفايسبوك دون الانتباه لذلك أو القدرة على تقنين هذا الأمر، فكلما زادت مدة الاستخدام كلما زاد الإحساس بالندم، هذا الأخير الذي يقر قليلا باستخدام أيضا بالشعور به حيث أن الأمر لا يقتصر فقط على كثيفي الاستخدام، وإنما يختلف في درجة الإحساس بالندم وهذا يعتبر مؤشرا من مؤشرات عدم القدرة على التحكم أو السيطرة على الوسيلة، كما يعتبر مؤشرا من مؤشرات الإدمان.

جدول رقم 12: يربط بين الإحساس بالنقص جراء عدم استخدام الفايسبوك وبين الحجم الساعي للاستخدام:

ن ك	م ك	5 ساعات فما فوق		3 إلى 4 ساعات		ساعة - ساعتين		أقل من ساعة		ساعات الاستخدام
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
14,8	74	28,8	47	14	21	2,7	4	4,9	2	الشعور بالنقص
14,4	72	22,7	37	15,3	23	5,5	8	9,8	4	دائما
32,4	162	30,7	50	35,3	53	31,5	46	31,7	13	غالبا
14,2	71	7,4	12	16,7	25	20,5	30	9,8	4	أحيانا
24,2	121	10,4	17	18,7	28	39,7	58	43,9	18	نادرا
100	500	100	163	100	150	100	146	100	41	أبدا
										المجموع الكلي

ينفي المبحوثون الذين يقضون أقل من ساعة في استخدام الفايسبوك أنهم يشعرون بالنقص في حالة عدم استخدام الفايسبوك، وهذا بشكل دائم بنسبة 43,9%، أما من يقضون من ساعة إلى ساعتين في استخدامه فمنهم من ينفي ذلك بما يعادل 39,7% ومنهم من يشعر بالنقص أحيانا بنسبة 31,5% في حين نجد ذوي 3 إلى 4 ساعات استخدام يحسون بالنقص أحيانا بنسبة 35,3%، ويزداد الإحساس بالنقص جراء عدم الاستخدام أكثر فأكثر مع من يقضون 5 ساعات فما فوق في هذا المجتمع الافتراضي، حيث نجد من يشعرون بذلك أحيانا يمثلون 30,7%، ودائما بنسبة 28,8%

تتماشى نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول السابق حول إمكانية الاستغناء عن الفايسبوك فعامل الوقت يعتبر مؤثرا هاما على مدى الإحساس بالنقص عندما لا يتاح لأفراد العينة استخدام هذه الشبكة الاجتماعية، غير أن الفوارق هنا تظهر بشكل لافت بين قلبي الاستخدام وكثيفي الاستخدام، حيث يزداد الشعور بالنقص كلما تَعَوَد الأفراد أن يستخدموا الفايسبوك لمدة طويلة، فهذا التعود يؤدي إلى جعل الأشخاص يحسون بحاجتهم الملحة لذلك الاستخدام، حتى ولو لم يكن يترتب عن هذا الاستخدام فائدة معينة، وإنما من الممكن أن يستخدم الفرد الفايسبوك لمجرد الاستخدام ومن دون ضرورة ملحة لذلك؛ بل يكون في بعض الأحيان لغرض التخلص من الشعور بالنقص لا غير، كأن نجد مثلا البعض من الشباب أول ما يقوم به حال الاستيقاظ من النوم هو

الدخول إلى عالم الفايسبوك للقيام مباشرة بالردشة الإلكترونية، أو للتصفح لمعرفة جديد ما يتم نشره من قِبَل الأصدقاء أو مختلف الصفحات الفايسبوكية التي ينتمي إليها الفرد.

جدول رقم 13: يربط بين مدى استمرار المبحوثين في استخدام الفايسبوك رغم تسببه في مشاكل ضمن حياتهم اليومية والحجم الساعي للاستخدام:

الاختيارات	ساعات الاستخدام		أقل من ساعة		ساعة - ساعتين		3 إلى 4 ساعات		5 ساعات فما فوق		م ك ن ك
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
دائما	2	4,9	5	3,4	14	9,3	29	17,8	50	10	
غالبا	4	9,8	6	4,1	16	10,7	22	13,5	48	9,6	
أحيانا	7	17,1	44	30,1	53	35,3	59	36,2	163	32,6	
نادرا	7	17,1	14	9,6	15	10	11	6,7	47	9,4	
أبدا	21	51,2	77	52,7	52	34,7	42	25,8	192	38,4	
المجموع الكلي	41	100	146	100	150	100	163	100	500	100	

قد يُحدِث استخدام الفايسبوك في الحياة اليومية العديد من المشاكل للشباب الجزائري مما يدفعهم إلى عدم الاستخدام أو تقليله، إلا أن هناك البعض الآخر رغم تلك المشاكل التي يسببها لهم إلا أنهم يستمرون في الاستخدام، وهذا على وطأة الارتباط الشديد بهذا المجتمع الافتراضي، فمن خلال هذا الجدول نجد أن أفراد العينة لا ينكرون بأن هذا الفضاء الافتراضي في بعض الأحيان يسبب لهم المشاكل ويستمرون بعد ذلك في استخدامه على إثر عدم القدرة على التخلي، حيث يتأثر هذا بمدة استخدام الفايسبوك؛ فقليلي الاستخدام ينفون هذا الأمر إلى حد كبير، غير أن كثيفي الاستخدام نجد من بينهم حوالي 36,2% استمروا في الاستخدام رغم تعرضهم للمشاكل بسبب الفايسبوك في حياتهم الواقعية، وهذه الاستمرارية في الاستخدام تؤكد على العلاقة الوثيقة لهؤلاء المبحوثين بهذا المجتمع الافتراضي.

جدول رقم 14: أهداف استخدام الشباب الجزائري للفايسبوك في حياته اليومية:

الأهداف	التكرار	النسبة
تكوين علاقات عاطفية مع الجنس الآخر	44	2,5
توسيع علاقات الصداقة	172	9,8
الحصول على المساعدة والاستفادة من الآخرين	243	13,9
الترويح عن النفس والتسلية	191	10,9
التعرف على القضايا والأخبار التي تدور في العالم	295	16,8
التواصل مع العائلة والأقرباء	213	12,1
التواصل مع الأصدقاء	281	16
متابعة كل ما يختص بالعمل والدراسة	311	17,7
الاطلاع على الإعلانات	1	0,1
التعرف على الأفكار الجديدة السائدة في المجتمعات	1	0,1
التتقيف	1	0,1
نشر كتاباتي وأفكاري	1	0,1
المجموع	1754	100

ملاحظة: جاء مجموع تكرارات العينة أكثر من 500 على إثر تعدد الإجابات في هذا السؤال.

تصدرت الأهداف التي تقف وراء استخدام الشباب الجزائري للفايسبوك "متابعة كل ما يختص بالعمل والدراسة" وهذا بنسبة 17,7%، وكثاني أعلى نسبة نجد هدف "التعرف على القضايا والأخبار التي تدور في العالم" ب16,8%، ومن ثم التواصل مع الأصدقاء ب16%، ويليه مباشرة "الحصول على المساعدة والاستفادة من الآخرين" ب13,9%، في حين أن أضعف النسب جاءت للإجابات التي قدمها المبحوثون خارج قائمة الاختيارات المتاحة وذلك ب0,1%.

نستطيع القول أن الأهداف المتعلقة بتحقيق المنفعة المعلوماتية في ما يتعلق بالجانب المهني والأكاديمي، وكذا على الصعيد الإعلامي تحتل الأولوية بالنسبة لأفراد العينة على حساب الغايات التواصلية، فاليوم للفايسبوك أصبح مصدرا هاما للمعلومات أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى، هذا ما يجعل استخدامه بمثابة ضرورة لا مفر منها، خاصة بالنسبة للشباب الجزائري الجامعي، فمن هو غير منتمي إلى هذا الفضاء الافتراضي الذي أصبحت تُمرَّرُ فيه المعلومة بشكل سريع وأني سيكون حتما معزولا معرفيا إلى حد كبير؛ لأن المعلومات بالتأكيد ستصله متأخرة، كما أن نقطة الجذب الهامة المتعلقة بالشق الإعلامي في هذا الصدد هي كون هذه الشبكة الاجتماعية أصبحت

صرحا إعلاميا واسعا لا يشمل فقط الإعلام الاجتماعي أو ما هو متعارف عليه بـ"صحافة المواطن" وإنما أصبحت تشمل أيضا جل مضامين وسائل الإعلام التقليدية، بل أن الفايسبوك أصبح يعرض المستجدات وأحدث الأخبار حتى قبل أن يتم عرضها في بقية الوسائل الأخرى، وهذا على إثر ما يتمتع به من أنية في النشر، حتى بات كمصدر للمعلومات حتى بالنسبة للعديد من هذه الوسائل الإعلامية، فوفقا لهذين الهدفين نجد أن "الشباب يُشْبِعُ حاجته إلى المعرفة في مختلف المجالات، فهم تواقون للمعرفة الواسعة بما يدور حولهم وبما يدور في المجتمعات الأخرى، إذ أن حب المعرفة والمغامرة والحاجة إليهما سمة بشرية تتجلى في مرحلة الشباب، حيث يبدو أن موقع الفايسبوك قادر على تقديم الإشباع المعرفي"¹ والفكري للأفراد على حد سواء.

هذا إلى جانب البعد الاتصالي مع الأصدقاء ومن ثم مع العائلة والأقرباء وفي هذا الوضع سيكون الفرد في حالة ابتعاده عن الفايسبوك إلى حد كبير معزولا اجتماعيا أيضا إلى حد ما، بل مع الوقت يجد الفرد نفسه تحت حتمية استخدام الفايسبوك كوسيلة اتصالية خاصة أن هذا الوسيط يعتبر غير مكلف مقارنة مع الاتصالات الهاتفية، كما يوفر فرصة التواصل بشكل مباشر عن طريق الصوت والصورة، فمختلف هذه المميزات تجعل الشباب الجزائري تواقا لممارسة مختلف اتصالاته في كل زمان ومكان عبر هذه الشبكة الافتراضية، وهذا ما يفسر رجوع بعض الشباب إلى استخدام الفايسبوك من جديد بعد التوقف عن استخدامه لمدة معينة.

ومن الإشباعات الهامة المتحققة لدى الشباب الجزائري المستخدم للفايسبوك نجد كما ذكرنا سابقا الاستفادة من الآخرين؛ حيث توفر هذه الشبكة الاجتماعية فرصا فريدة من نوعها لتحقيق هذه الاستفادة على عدة مستويات؛ كالتبادل المعلوماتي في مختلف المجالات بين الأشخاص، وكذا الاستفادة من تجارب الآخرين وخبراتهم في الحياة اليومية سواء كان هذا على صعيد الحياة الشخصية أو المهنية.

¹ ليلي أحمد جرار، الفايسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012-1433،

❖ التحليل الكمي والكيفي للمحور الثاني:

جدول رقم 15: يربط بين عدد الصفحات الفيسبوكية التي يملكها المبحوثون وبين متغير الجنس:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	إناث		ذكور		الجنس عدد الصفحات
		%	ت	%	ت	
% 72	360	% 77,10	209	%65,90	151	1
% 18,40	92	% 15,10	41	% 22,30	51	2
% 5,20	26	% 4,40	12	% 6,10	14	3
% 04.4	22	% 3,30	9	% 5,70	13	أكثر من 3
% 100	500	% 100	271	% 100	229	المجموع

يُظهِرُ لنا من خلال هذا الجدول أن 72% من الشباب الجزائري يملكون صفحة شخصية فايسبوكية واحدة، و18,40% يملكون حسابين، في حين نجد أن 4.4% يملكون أكثر من 3 حسابات وبالمقارنة مع متغير الجنس نجد أن 65,90% للإناث و77,10% للذكور يملكون حسابا واحدا فقط في الفيسبوك، وبالمقابل هناك نسبة لا بأس بها من أفراد العينة يملكون حسابين وذلك ب22,30% للإناث و15,10% للذكور، في حين نجد نسبة ضئيلة ممن يقومون بفتح أكثر من 3 حسابات؛ حيث قدرت نسبتهم على التوالي ب: 3,30%، و5,70%.

لا يعتبر متغير الجنس عاملا مؤثرا على عملية فتح الحسابات الفيسبوكية وتعدددها، حيث يميل كلا الجنسين إلى الإقرار بامتلاك حساب شخصي واحد لا غير وعلى الأكثر حسابين، وهذا ما يتوافق مع نتائج إحدى الدراسات التي أقيمت على " 78 فردا من الشباب الجزائري تحت عنوان: "الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلعة" والتي كان من بين نتائجها أن 71,79% من الشباب الجزائري يملكون حسابا واحدا في حين أن 28,20% يملكون عدة حسابات"¹، ولا شك

¹ تومي فضيلة، نبيلة بوخبزة، الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلعة: حسابات مستخدمي الفيسبوك أنموذجا (دراسة استكشافية)، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 21، ديسمبر 2015، ص252.

أن هناك عدة أسباب تقف وراء لجوء الشباب الجزائري لفتح حسابات متعددة لأنفسهم، وهذا ما سنحاول استكشافه من خلال الجدول الفرعي الموالي.

جدول رقم 16: أسباب فتح أفراد العينة لأكثر من فايسبوك واحد:

النسبة	التكرار	الإجابات
13,70 %	20	الفصل بين الأصدقاء والأمور العملية
7,50 %	11	الاطلاع على الصفحات وتحميل الروابط دون أي تواصل
6,20 %	9	الفصل بين الأصدقاء والعائلة والأقارب
5,50 %	8	التمكن من التعبير عن الآراء بكل جرأة وحرية
5,50 %	8	التسلية والمتعة
5,50 %	8	من دون أي هدف
4,10 %	6	أغراض شخصية لا يمكن قولها
3,40 %	5	كل حسب وظيفته
2,70 %	4	للاحتياط فقط
2,70 %	4	كسب أكبر عدد ممكن من الأصدقاء
2,70 %	4	تجنب الإزعاج وتتبع التحركات ممن لديهم معرفة بنا
2,10 %	3	تصنيف للأصدقاء
2,10 %	3	التلاعب والتجسس على الآخرين
1,40 %	2	لاستغلالها في الألعاب
0,70 %	1	التغيير والتنويع
32,90 %	48	لا توجد إجابة
100 %	146	المجموع

يُعبرُ هذا الجدول عن الدوافع التي تقف وراء فتح الشباب الجزائري لعدة صفحات شخصية فايسبوكية في آن واحد، فمن خلال الإحصائيات المتحصل عليها نجد أن 32,90% من أفراد العينة لم يجيبوا على هذا السؤال المفتوح، إذ يعتبر هذا من مساوئ الاستمارة الإلكترونية، حيث لم يكن بوسعنا أن نحقق إجبارية الإجابة على هذا السؤال؛ لأن هذا الأمر يعتبر عائقا بالنسبة لبقية الباحثين.

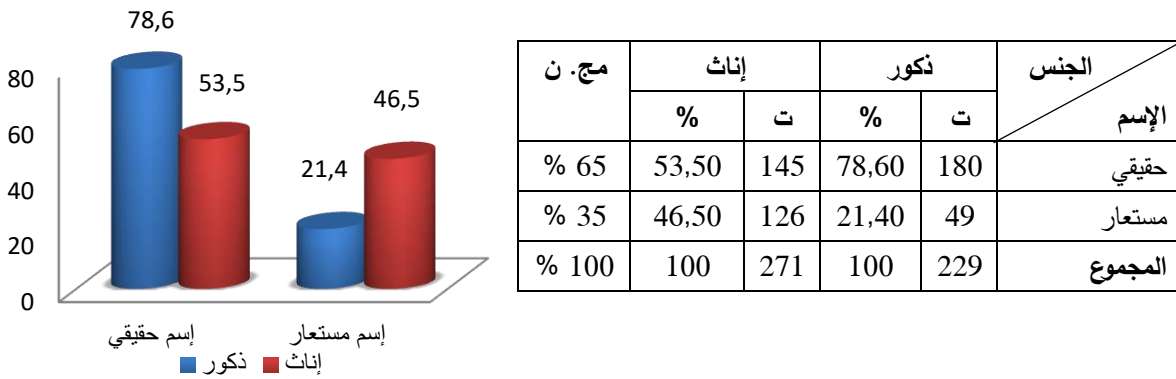
وفيما يتعلق بالأسباب نجد أنها قد اختلفت وتنوعت، حيث أن 13,70% ممن يملكون حسابات متعددة يقومون بذلك بغية الفصل بين الأصدقاء والأمور العملية، فهم يقومون بفتح

صفحات للتواصل مع أصدقاء الدراسة أو العمل والذين من الممكن الاستفادة منهم والتعامل معهم مهنياً؛ حيث يحافظ المستخدمون هنا على طابعهم الرسمي الجاد نوعاً ما في حين أنهم يملكون صفحة أخرى يضمون فيها أصدقائهم الواقعيين أو الافتراضيين أو حتى أقاربهم حيث ينشرون فيها ما يشاءون دون الإحساس بالحرج، أو بأي تدخل بين المجالين، وكأن التصنيف هنا يكون بين حساب غير رسمي خاص وحساب رسمي، وحسب البيانات المتحصل عليها نجد أيضاً أن 7,50% يفتحون حسابات أخرى للتمكن من الاطلاع على الصفحات وتحميل الروابط من دون أي تواصل مع الآخرين، وهذا تجنباً للإزعاج الذي يتعرض له بعض الشباب أثناء استخدامهم للفايسبوك من قبل بعض الأصدقاء بسبب اتصالاتهم المفرطة أو غير الهامة، والاطلاع هنا فقط من دون الاهتمام بالتواصل بتاتا يجعل هذا النوع من المستخدمين بمثابة جمهور سلبي عبر الصفحات الفاييسبوكية الأخرى التي يملكونها.

ومنهم أيضاً من يقومون بذلك للفصل بين الأصدقاء وبين العائلة والأقارب؛ وهذا لأن العديد من المستخدمين يجدون أنفسهم مُقَيَّدِينَ بأفراد العائلة والأقارب الموجودين لديهم في الصفحة، حيث يعتبر هذا عائقاً بالنسبة لهم، ففي هذه الحالة لا يستطيعون نشر ما يريدون أو التعبير عن أنفسهم كما يشاءون، بحيث يَحُدُّ هذا من حريتهم في هذا المجتمع الافتراضي، وهنا نجد أن العائلة والأقارب هم بمثابة عامل للضبط الاجتماعي على المستخدمين وهذا ما تؤكد العديد من الإجابات على سبيل المثال لا الحصر قول أحدهم: "أنا أكره أن يطلع الأهل والأقارب على أموري الشخصية، فكتاباتي تكون مقيدة بحكم الأقرباء والفايسبوك وُضِعَ لإخراج مكبوتاتنا وترجمتها على صفحاتنا لذا نحتاج إلى فايسبوك آخر والاكتفاء بـ 2 هو أحسن حل"، فمثلاً نجد أن الفاييسبوك قد فتح المجال للشباب للتعبير عن عواطفهم الشخصية بينما هذا التعبير في أغلب الأحيان لا يمكن أن نجد له مكاناً أمام العائلة في الواقع، فبالتالي بوجود الأهل والأقارب في الفاييسبوك يجد المستخدم حرجاً للقيام بذلك، وأحياناً يحمل الشباب في أذهانهم أفكاراً يرونها ذات قيمة ويحتاجون إلى التعبير عنها للشعور بتقدير الذات أو للتمكن من النقاش مع الآخرين حولها إلا أن هذه الأفكار من الممكن أن تكون بالنسبة للأهل والأقارب عديمة الفائدة أو لا تحظى بأي أهمية تذكر، فكل هذا يكون بمثابة حاجز نفسي واجتماعي يدفع المستخدم إلى الانقفاء فيما ينشره افتراضياً.

كما نجد من ناحية أخرى أن 5,50% من أفراد العينة يفتحون حسابات أخرى بهدف التمكن من التعبير عن الآراء بكل جرأة وحرية، وفي بعض الأحيان لتجاوز الحدود دون استحياء ممن يعرفونهم، وهذا باستخدام أسماء مستعارة حتى لا تُعرَف شخصياتهم الحقيقية، وبالإضافة إلى هذه الأسباب هناك العديد من الدوافع الأخرى والتي أخذ دافع "التغيير والتنوع" أضعف نسبة ضمنها ب0,70%.

جدول رقم 17: طبيعة الأسماء المستخدمة في الفايسبوك:



شكل رقم (14): طبيعة الأسماء المستخدمة في الفايسبوك لدى الشباب الجزائري

نلاحظ من خلال النسب الإجمالية المسجلة في الجدول أعلاه أن أغلبية الشباب الجزائري المستخدم للفايسبوك يضعون أسماء حقيقية في صفحاتهم الشخصية وجاء هذا بنسبة 65%، بينما من يعتمدون أسماء مستعارة فقدرت نسبتهم ب35%.

ويمكننا القول بناء على هذا أن الشباب الجزائري لا يجدون عائقا في إظهار شخصياتهم الحقيقية بأسمائهم الفعلية من خلال الفايسبوك، وهذا لا ينفي أن نسبة لا بأس بها منهم يلجئون إلى استخدام أسماء مستعارة، هذه الأخيرة التي أشار الدكتور علي رحومة إلى أنها عادة ما تكون متخيلة وذكية أو توحى بنمط المجتمع الافتراضي الذي ينتمي إليه الفرد، مثلا غرف دردشة سياسية أو فلسفية، علمية، أو أسماء مشاهير، فهذه الأسماء تأخذ تراكيب متنوعة، وقد تكون الأسماء مركبة من بعض حروف الاسم الأصلي للشخصية، أو يكون الاسم يدل على اهتمام ما لدى الشخصية في

واقعها الطبيعي، أو رغبة ما يريد أن يُعرف به لدى الآخرين، وقد يكون اسما يجذب الآخرين، كاسم غريب أو مضحك، أو يدل على فكرة جذابة¹.

وما توصلنا إليه من نتائج من خلال هذا الجدول يتفق مع العديد من الدراسات التي أجريت في المجتمع الجزائري، ففي دراسة بعنوان: "الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد: دراسة استكشافية على عينة من المنتمين للمجتمعات الافتراضية" تم التوصل من خلالها إلى أن "41,66% يضعون أسماء حقيقية في صفحاتهم الفايسبوكية، بينما 33,33% يضعون أسماء مستعارة، في حين أن 25% يمزجون بين الاسم المستعار والحقيقي"²، كما توجد دراسات أخرى تتعارض مع ما توصلنا إليه، ففي نفس الدراسة التي سبق وأن أشرنا إليها والمعونة بـ "الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلعة" تم التوصل إلى أن "84,61% من الشباب الجزائري يستخدمون أسماء مستعارة في الفايسبوك و 15,38% يوظفون أسماءهم الحقيقية"³.

وبالمقارنة بين الذكور والإناث في دراستنا نجد أن نسبة الذكور الذين يضعون أسماء حقيقة تفوق نسبة الإناث بكثير وذلك بـ 78,60% في حين بلغت نسبة الإناث 53,50%، وبالمقابل نجد 21,40% من الذكور يلجئون إلى استخدام أسماء مستعارة، بينما قدرت نسبة الإناث في ذلك بـ 46,50%؛ ويكون هذا الفرق على إثر وجود العديد من القيود والمخاوف الاجتماعية التي تحيط بالإناث اللواتي لا يرغبن في الكثير من الأحيان عن كشف هويتهن الفعلية، هذا في ظل الخوف من التلاعب من طرف الآخرين وللممكن من التصرف بحرية أكبر، وكهروب من المراقبة الاجتماعية التي يفرضها الأهل على هؤلاء الفتيات في الشبكات الاجتماعية، إضافة إلى أن العديد من العائلات تمنع في الأساس فتح حساب فايسبوك للإناث، فبالتالي يكون هذا الاسم المستعار بالنسبة لهن وسيلة لإخفاء الهوية والتحرر من المراقبة العائلية.

¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 144-145.

² بليوسف مسعودة، الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد: دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، د.س، ص476.

³ تومي فضيلة، نبيلة بوخبزة، الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلعة، مرجع سبق ذكره، ص253.

وعموما هناك العديد من الأسباب التي تقف وراء استخدام الشباب الجزائري للأسماء المستعارة والتي حاولنا استكشافها من خلال الجدول الفرعي الموالي.

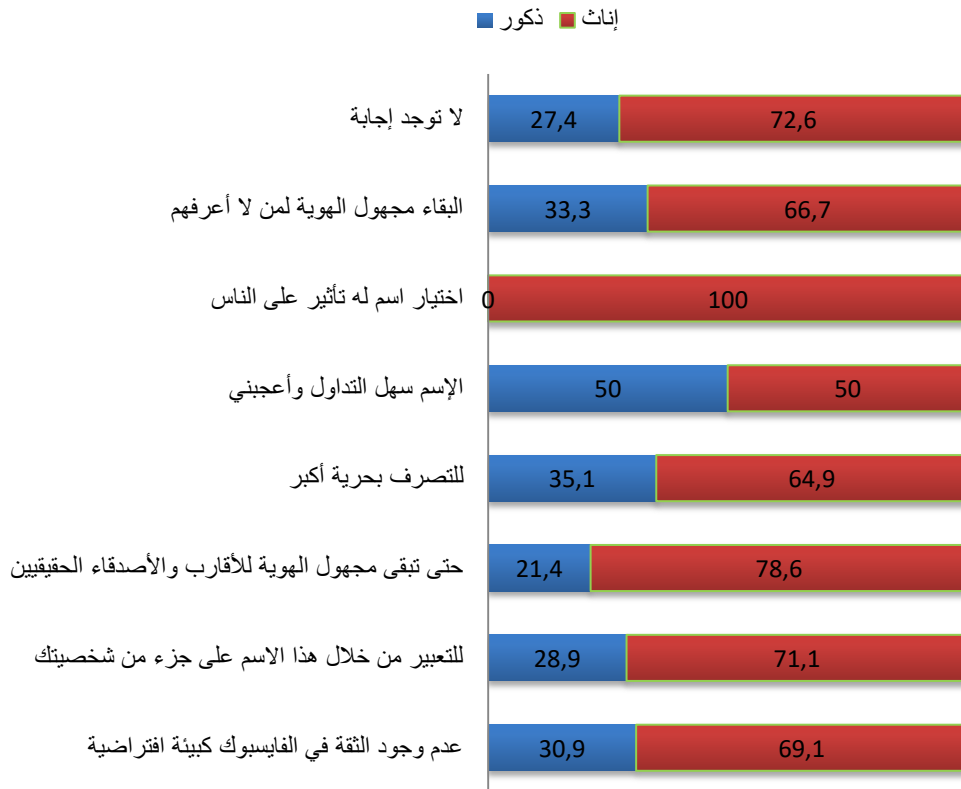
جدول رقم 18: الأسباب الكامنة وراء استخدام المبحوثين للأسماء المستعارة:

النسبة	التكرار	الأسباب
41,40 %	94	عدم وجود الثقة في الفايسبوك كبيئة افتراضية
19,80 %	45	للتعبير من خلال هذا الاسم على جزء من شخصيتك
18,50 %	42	حتى تبقى مجهول الهوية للأقارب والأصدقاء الحقيقيين
16,30 %	37	للتصرف بحرية أكبر
1,80 %	4	الاسم سهل التداول وأعجبي
0,4 %	1	اختيار اسم له تأثير على الناس
0,4 %	1	الرغبة في البقاء مجهول الهوية لمن لا أعرفهم
1,3 %	3	لا توجد إجابة
100 %	227	المجموع

تنوعت الدوافع الكامنة وراء استخدام الشباب الجزائري للأسماء المستعارة بدل الحقيقية في الفايسبوك، حيث أخذ عامل " عدم الثقة في المجتمع الافتراضي " أعلى نسبة بـ 41,40%، ومن ثم دافع " الرغبة في التعبير من خلال الاسم المستعار على جزء من الشخصية " بنسبة 19,80% ومن هذه الأسباب أيضا نجد " الرغبة في بقاء الفرد مجهول الهوية للأقارب والأصدقاء الحقيقيين " بـ 18,50%، وهذا حتى لا يتعرض المستخدمون إلى الإزعاج والمضايقات أو التلاعب ممن يعرفونهم، إضافة إلى سبب آخر هام ألا وهو " إمكانية التصرف بحرية أكبر " والذي بلغت نسبته حوالي 16,30%؛ حيث يؤكد الدكتور نديم منصور على هذا بقوله أن استخدام الأسماء المستعارة كجانب من جوانب الهوية الخفية " يسمح للمستخدمين بالتعبير عن النفس بشكل أكبر كما يمكنهم من الابتعاد عن التقيد بالقواعد الروتينية التي يفرضها المجتمع الواقعي، كما يساعد هذا الفرد على

لعب أدوار مختلفة قد يعجز عن تحقيقها في حياته اليومية الاعتيادية، فتأتي التفاعلات الافتراضية حرة وصريحة تُبرِّز ما يريده الفرد بغض النظر عن المضمون وقيمه¹.

وهذا ما أكد عليه أيضا الدكتور علي محمد رحومة حين أكد أن الأسماء المستعارة في المجتمعات الافتراضية تكون "كقناع للذات (mask) وهذا قد يساعد الفرد على التعبير عن ذاته بصورة أكبر لشعور المرء بمسؤولية خفيفة، ولابتعاده عن القواعد الاجتماعية²، وهناك العديد من الأسباب الأخرى المبينة في الجدول أعلاه، والتي أخذت نسبا ضئيلة مقارنة مع ما سبق، وباعتبار أن الإناث هن الأكثر استخداما للأسماء المستعارة فإن الفروق كانت لصالحهن في كل الأسباب وهذا ما يبرزه الشكل البياني التالي:



شكل رقم (15): يربط بين متغير الجنس والأسباب الكامنة وراء استخدام الأسماء المستعارة

¹ نديم منصور، سوسيولوجيا الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 65.

² علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 144-145.

جدول رقم 19: يربط بين طبيعة الصورة المستخدمة في البروفايل ومتغير الجنس:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	إناث		ذكور		الجنس الإيجابية
		%	ت	%	ت	
36,4	182	10,30	28	67,20	154	نعم
63,6	318	89,70	243	32,80	75	لا
100	500	100	271	100	229	المجموع

من خلال البيانات الإجمالية التي تحصلنا عليها في هذا الجدول نجد أن النسبة الأكبر من أفراد العينة لا يضعون صورهم الشخصية في صفحاتهم الفيسبوكية، وهذا بما يعادل 63,6% بينما 36,4% منهم لا يمانعون في وضعها، ويُبرِّز لنا هذا الجدول أيضا بشكل جلي أن الذكور لا يمانعون في وضع صورهم الحقيقية في بروفايل صفحاتهم وهذا بنسبة بلغت 67,20%، في حين أن 32,80% يرفضون ذلك، بينما نسبة قليلة جدا من الإناث اللواتي يضعن صورهن الحقيقية في الفيسبوك، حيث قدرت نسبتهن بـ 10,30%، أما الأغلبية منهن فلا يقمن بوضع صورهن بتاتا وهذا بنسبة كبيرة تعادل 89,70%، فإذن متغير الجنس يلعب دورا كبيرا هنا في التأثير على اتجاهات المبحوثين.

فلا تجرؤ الإناث على وضع الصور الخاصة بهن في الفيسبوك لأن هذا مبدئيا يعتبر مرفوضا اجتماعيا، حيث العديد من العائلات تمنع ذلك بحكم الأعراف الاجتماعية، فهذه النتيجة تتماشى وطبيعة التفكير السائدة في المجتمع الجزائري، كما أن هذا الامتناع يرجع أيضا إلى الخوف من استغلال الآخرين لتلك الصور أو التلاعب بها بشكل أو بآخر؛ مما يسبب العديد من المشاكل الاجتماعية.

والمفارقة هنا تكمن في أن الأغلبية من أفراد العينة يبدون أسماءهم الحقيقية إلا أن نسبة معتبرة منهم يخفون صورهم من جهة أخرى، وكأن التَّخْفِي هنا يكون لأن تلك الصور هي بمثابة دليل على الشخص مما يجعل هذا الأخير مقيدا اجتماعيا خاصة من قبل الأشخاص الذين يعرفهم في المجتمع الحقيقي، وكأن هذه الصور هي أيضا بمثابة دليل مادي على الهوية الحقيقية للمستخدمين، كما أن "المظهر الجسدي له تأثير قوي على انطباعات الآخرين عنا فالأشخاص الذين هم جذابين من ناحية مظهرهم يُنظَرُ إليهم بمودة وقبول اجتماعي أكثر من غيرهم، ويُنْدَوْنَ

مسيطرين وأذكياء اجتماعيا، فالمظهر الخارجي يُعدُّ أهم قناة لعرض الذات¹. ولهذا يقوم البعض من الذين يُحسُّون بعدم الرضا عن شكلهم الخارجي بالتحفظ في إظهاره للآخرين عبر الفايسبوك خوفا من آراء الآخرين وانطباعهم أو تعليقاتهم، والعكس صحيح.

ومن جانب آخر القول بأن 63,6% من أفراد العينة لا يضعون صورهم الحقيقية في الفايسبوك يحيلنا إلى الحديث عن التحول الذي حدث من الوجود الاجتماعي في الواقع إلى الوجود أو الحضور الاجتماعي عن بعد الذي أصبح يتم في سياق الاتصال الافتراضي، هذا الأخير الذي أصبح يتميز باختفاء عناصر الهوية الشخصية، والمظهر الجسدي²، بما يجعل هذا المفهوم يتجسد من خلال " شعور المستخدم بأنه يتفاعل ويتصل مع الآخر عن بعد³، فهو يعني تمثّل للتفاعل الإنساني في السياق الاجتماعي الإلكتروني، حيث لا يشترط فيه التواجد المادي وهو الوضعية التي يرتبط فيها الأفراد ببعضهم البعض، بينما هم في الواقع منفصلين مكانيا في مواقع مختلفة ومتصلين مع بعضهم من خلال الأجهزة⁴، فالمظهر الجسدي في هذا الفضاء الافتراضي لم يعد ضرورة ملحة في سيرورة الاتصال.

¹ Sasan Zarghoni, study of self presentation in light of facebook, psychology, op cit, p12.

² سلطان بن موسى العويضة، علاقة الاتصال المفضل الشائع بكل من القلق الاجتماعي والشعور بالوحدة وكشف الذات: لدى عينة من طلبة جامعة عمان الأهلية، مرجع سبق ذكره، ص 416.

³ Giuseppe Mantovani, op.cit.

⁴ Shanyang Zhao, the digital self : the looking glass of telecopresence others, journal of symbolic interaction, op cit, p 390.

جدول رقم 20: يربط بين متغير الجنس وطبيعة البيانات التي يضعها أفراد العينة في الفيسبوك:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	إناث		ذكور		الجنس
		%	ت	%	ت	
88	440	86,3	234	90	206	بيانات حقيقية
12	60	13,7	37	10	23	مزيفة
100	500	100	271	100	229	المجموع

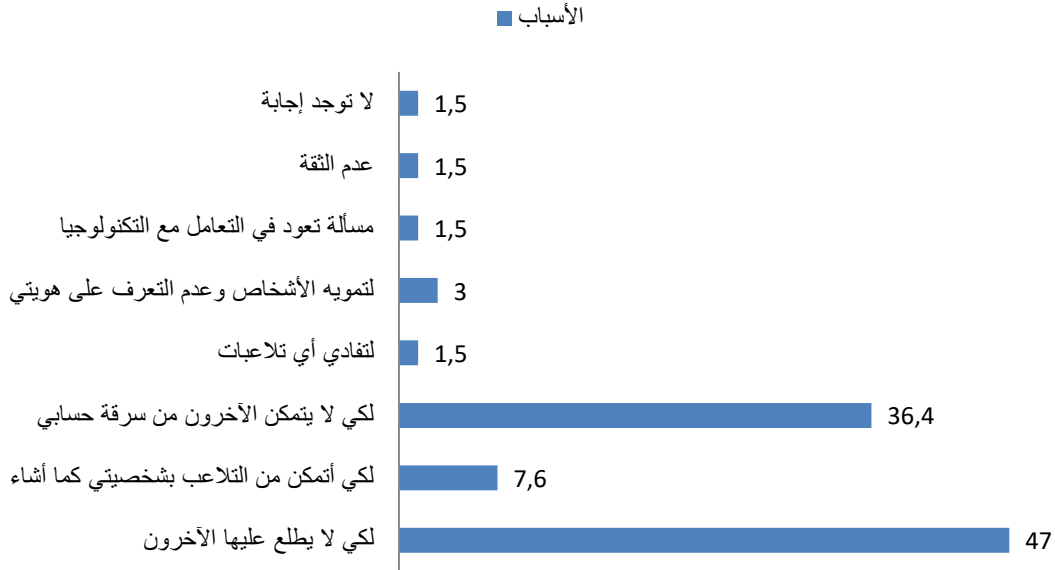
نلاحظ من خلال النسب الإجمالية المُسجَّلة في هذا الجدول بأن 88% من المبحوثين يستخدمون بيانات حقيقية عبر صفحاتهم الفيسبوكية بينما 12% فقط منهم يستخدمون بيانات مزيفة، ويوضح لنا هذا الجدول أيضا أن كلا من الذكور والإناث يضعون بياناتهم الحقيقية في صفحاتهم الفيسبوكية الشخصية حيث لا توجد فروق كبيرة بين الجنسين هنا، فنسبة الذكور الذين يضعون بيانات حقيقية بلغت 90%، بينما 10% فقط منهم يضعون بيانات مزيفة، أما الإناث ف86,3% منهن يضعن بياناتهن الحقيقية في حين تمتع حوالي 13,7% عن ذلك، ويكون هذا الامتناع لديهن على إثر عدة أسباب أهمها ما تطرقنا إليه في الجداول السابقة حول ما سميناه ب"المراقبة الاجتماعية"، وهذه النتائج إن دلت على شيء فهي تدل على أن هؤلاء الشباب يقومون بالكشف عن شخصياتهم الحقيقية في الفيسبوك بشكل طبيعي أكثر من اعتمادهم على التزييف والخيال في تشكيل هوياتهم الافتراضية.

والقول هنا بمصداقية الشباب الجزائري في عرض هوياتهم الحقيقية بدل الهويات الافتراضية البحتة له علاقة مباشرة بتصورات هؤلاء الشباب حول الفيسبوك كمجتمع افتراضي، ففي وقت مضى كان استخدام البيانات المزيفة أمرا شائعا ومتداولاً في مثل هذه الفضاءات الرقمية وواسع الانتشار، سواء من حيث طبيعة الأسماء المستخدمة، السن، الجنس، البلد، الوظيفة... إلى غير ذلك من المعلومات التي تخص ذات الفرد، حيث أن اللجوء إلى التزييف كان يقف وراء العديد من الدوافع أهمها على الإطلاق دافع إمكانية عدم الكشف عن الهوية، أي إخفائها على أساس أنها تبقى مجهولة للآخرين، بما يُمكن الشباب من التعامل بحرية مطلقة في التعبير عن كل ما يدور في أذهانهم وبما يتعلق بمختلف المجالات: الشخصية، الاجتماعية، السياسية، الثقافية أو غيرها، لكن هذا الأمر في الواقع قد تغير حيث أصبح الشباب يدركون بشكل كبير أن الفيسبوك هو فضاء

مراقب مثله مثل وسائل الإعلام التقليدية الأخرى من قِبَل الحكومات والدول، وحتى كما يقول بعض الباحثين من قبل قطاع المخابرات في كل دولة، فالمستخدم هنا هو مكشوف معلوماتيا.

فكما يقول الباحث لوتشيانو فلوريدي (Luciano floridi) لم تعد الحرية في بناء الهويات الشخصية على شبكة الإنترنت هي الحرية في أن تبقى مجهولا، كما عبر عن هذا بيتر شتاينر (Steiner Peter) في الكاريكاتير الشهير الذي فيه يقوم كلب بكتابة رسالة بريد إلكتروني على الحاسوب ويعترف لكلب آخر أنه على شبكة الإنترنت، فلا أحد يعرف أنه كلب، وتلك كانت التسعينيات، أما اليوم فإذا كان أحد كلبا أو يتصرف كأنه كلب فإن الفايسبوك أو على الأقل إحدى المؤسسات المسؤولة عن الأمن من المحتمل أن تعرف بذلك، إنها الحرية المرتبطة بالمصير والاستقلالية، فهنا ربما لم نعد نستطيع الكذب حول من نحن عندما يراقبنا مئات الملايين من الناس، لكننا نستطيع من جهة أخرى أن نبذل قصارى جهدنا من أجل أن نبين للآخرين بشكل معقول من نحن أو من نرغب في أن نكون¹، وتزداد إمكانية أن يكتشف الآخرون من نحن في الفايسبوك من خلال ما يدور من محادثات بيننا وبين الآخرين، حتى ولو كنا نستخدم ونعرض بيانات مزيفة، فلم يعد هناك داع لأن يبقى الفرد مجهولا في هذا الفضاء، وتبعاً لهذا من يضعون بيانات مزيفة -حسب دراستنا- نسبتهم جاءت ضئيلة جدا، وذلك بفعل عدة أسباب نبرزها من خلال نتائج الشكل البياني التالي:

¹ لوتشيانو فلوريدي، كيف يعيد الغلاف المعلوماتي تشكيل الواقع الإنساني، مرجع سبق ذكره، ص 95.



شكل رقم (16): الأسباب الكامنة وراء استخدام أفراد العينة للبيانات المزيفة

قُدِرَتْ نسبة الذين يضعون بيانات مزيفة في الفيسبوك بـ 12% من المجموع الإجمالي للمبحوثين، حيث تقف بعض الدوافع وراء هذا كما نلاحظ من خلال هذا الشكل، حيث نجد عدم رغبة أفراد العينة في اطلاع الآخرين على بياناتهم الحقيقية أخذ نسبة عالية بلغت 47%، وكدافع آخر نجد بالدرجة الثانية عدم إبداء البيانات نتيجة الخوف من سرقة الحسابات وذلك بـ 36,4%، فعدم إبداء البيانات الحقيقية يقف وراءه هاجس سرقة الحساب أو اختراقه من قبل الآخرين، مما يؤدي في ما بعد إلى إمكانية " استعمال المعلومات الشخصية بطرق لم يقصدها المستخدم وخارج السياق الخاص بها أو تعرضه للاحتيال، سرقة الهوية، النصب، التحرش، أو المطاردة الإلكترونية"¹، حيث تستخدم العديد من الطرق لتحقيق ذلك، على غرار الاستعانة ببعض الفيروسات والبرمجيات الخبيثة التي تُمكن الآخرين وتحديدًا الهاكرز من الاطلاع على البيانات الشخصية لمستخدمي الفيسبوك ومن ثم يفتح هذا المجال لإمكانية استغلالها في أي أمر من الأمور السالفة الذكر، ومن الأسباب أيضا نجد تمكن المستخدمين من التلاعب بالآخرين، كما نجد أضعف نسبة اشتركت فيها العديد من الأسباب من مثل: تفادي الوقوع في أي تلاعبات من طرف

¹ وداد شميمسي، المنتديات الإلكترونية: بين التفاعلية وفن الحوار الافتراضي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلأ ناشرون وموزعون، الأردن، 2016، ص87.

الآخرين، بقاء الفرد مجهول الهوية، عدم الثقة، وهناك من يقول أيضا أنها مسألة تعود في التعامل مع التكنولوجيا لا غير .

جدول رقم 21: يربط بين متغير السن وطبيعة البيانات التي يضعها أفراد العينة في الفاييسبوك:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	36-27		26-23		22-18		البيانات
		%	ت	%	ت	%	ت	
% 88	440	86,50	211	89,30	133	89,70	96	حقيقية
% 12	60	13,50	33	10,70	16	10,30	11	مزيفة
% 100	500	100	244	100	149	100	107	المجموع

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن فئة الشباب الجزائري من عمر 22-18 يضعون بياناتهم الحقيقية بشكل عادي في الفاييسبوك وذلك بنسبة كبيرة قدرت بـ 89,70%، وبتفاوت بسيط قد بلغت نسبة أفراد العينة من سن 26-23 حوالي 89,30%، وبنسبة أقل بقليل نجد الفئة العمرية ما بين 36-27 يضعون بياناتهم الحقيقية بما يعادل 86,50%، فحسب هذه الإحصائيات؛ متغير السن هنا لا يعتبر عاملا مؤثرا كثيرا على طبيعة البيانات التي يعرضها المستخدمون الجزائريون للآخرين في الفاييسبوك الخاص بهم، وهذا رغم أن الشباب الأصغر سنا يميلون إلى أن يكونوا حقيقيين أكثر من الآخرين، فهم أكثر انفتاحا، وهذا ما أثبتته العديد من الدراسات التي أكدت أن " الشباب من سن 18 حتى 24 سنة يحملون نوعا من الشفافية بنسبة 85%، حيث يضعون ألقابهم العائلية الحقيقية على النت بـ 86% ويضعون صورهم الحقيقية بنسبة 65% وصور أقربائهم بـ 79% ويكشفون عن مواهبهم ومصالحهم الشخصية بنسبة 51%، ويتحدثون عن ميولهم الجنسية بـ 42%، كما يضعون سيرهم الذاتية أيضا"¹، فهم أكثر تلقائية وعفوية في بناء وعرض ذواتهم عبر الفاييسبوك.

¹ وداد الشميسي، المرجع السابق، ص 97-98.

جدول رقم 22: مدى امتلاك المبحوثين لحساب فايسبوك بجنس مخالف:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	مطلق (ة)		متزوج (ة)		أعزب/عزباء		الحالة الإجابة
		%	ت	%	ت	%	ت	
% 2,60	13	/	0	3,4	3	2,5	10	نعم
% 97,40	487	0,8	4	96,6	86	97,5	397	لا
% 100	500	4		89		407		المجموع

نجد من خلال هذا الجدول أن النسبة الأعلى كانت لعدم امتلاك حساب فايسبوك بجنس مخالف لمختلف أنماط الحالة الاجتماعية، حيث قدرت للعازبين من أفراد العينة بـ 97,5% وللمتزوجين بـ 96,6%، أما للمطلقين فقد بلغت 0,8%، حيث لا توجد فروق تكاد تذكر بين مختلف هذه الفئات، وبالمقابل هناك أقلية من أفراد العينة ممن يقرون بأنهم يملكون حسابات فايسبوكية بجنس مخالف، وهذه النسب العالية لا تعني أن مثل هذه الظواهر ليست منتشرة في الفايسبوك غير أن العديد من الشباب يتكتمون عن مثل هذه التصرفات على اعتبارها فعلا غير أخلاقي أو لائق، فلا يمكننا تعميم هذه النتيجة التي تبقى نسبية إلى حد ما، وقد قمنا بطرح تساؤل فرعي نستفسر من خلاله عن الأسباب التي تدفع بعض الشباب إلى اللجوء للقيام بمثل هذا التصرف غير أنه لم يكن هناك أي تجاوب مع هذا السؤال، ففي الغالب يتم هذا الأمر بهدف التلاعب بالآخرين، وكذا للتمكن من التجريب والتعامل بشخصية مختلفة نهائيا عن الشخصية الواقعية، وتقف وراء هذا دوافع أخرى؛ على غرار الرغبة في معرفة آراء الآخرين حول مواضيع معينة، فمعرفة مواقف الآخرين حولها يمكننا من الكشف عن جانب آخر كامن في شخصياتهم ويتجسد هذا الهدف خاصة عندما يكون المتفاعل معه معروفا لنا واقعيا أو لنا تجربة سابقة في التواصل معه؛ حيث يُمكنُ هذا المستخدم في الأخير من التأكد من اتجاهات الفرد مثلا أو حقيقة مواقفه الفعلية كما يكون هذا التلاعب في بعض الأحيان الأخرى بدافع التمكن من التجسس على الآخرين أيضا، والأكيد هنا أنه هناك العديد من الخلفيات الأخرى التي تقف وراء ذلك، والتي تختلف من شخص إلى آخر.

جدول رقم 23: يربط بين متغير الجنس ونمط وصف المظهر الخارجي للأشخاص عبر الفايسبوك:

بيانات	الجنس		ذكور		إناث		المجموع الكلي	النسبة الكلية
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
تصفه كما هو في الواقع	216	94,3	249	91,9	465	93		
تغير من سماتك الجسدية	3	1,3	6	1,1	6	1,2		
أحيانا فقط تغير من سماتك الجسدية	10	4,4	29	7	29	5,8		
المجموع	229	100	271	100	500	100		

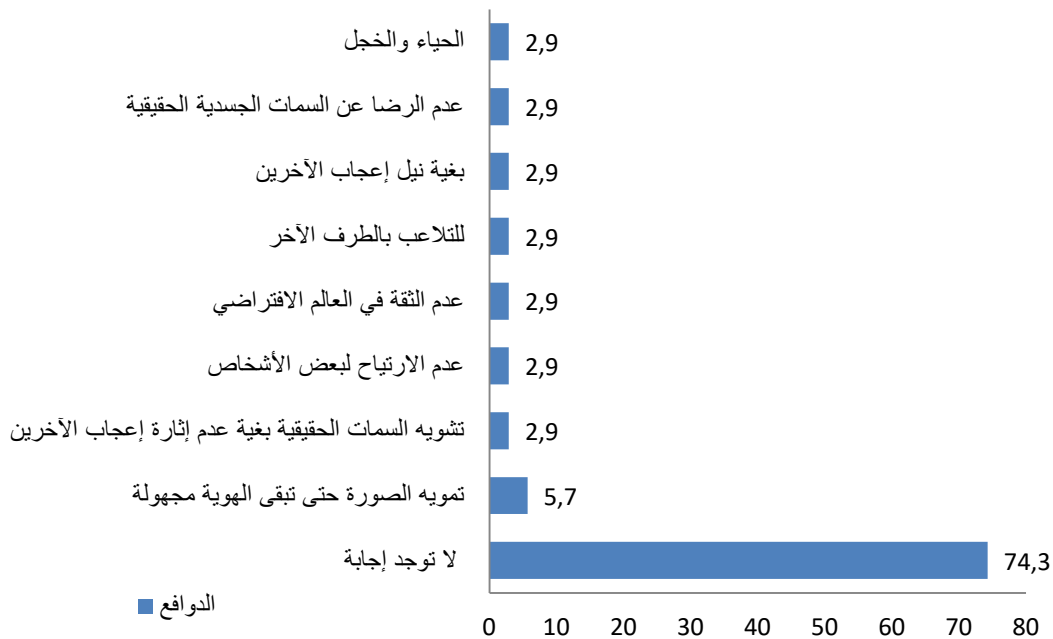
93% من أفراد العينة يصفون مظهرهم الخارجي للآخرين عبر الفايسبوك كما هو في الواقع بينما 1,2% منهم يغيرون بشكل كبير في تلك السمات، ولا يعتبر متغير الجنس عاملاً مؤثراً على هذا الأمر؛ حيث نجد الذكور يُؤزرون ذلك بـ 94,3% أما الإناث فـ 91,9%، غير أن هذا لا ينفي أن البعض منهم يعمدون في بعض الأحيان إلى التغيير والتعديل في صفات مظهرهم الجسدي وذلك عند الذكور بـ 4,4% وعند الإناث 7%، وتتفق هذه النتائج إلى حد كبير مع ما جاء في الدراسة-التي اشترنا إليها سابقاً- والمعنونة بـ "الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد" والتي توصلت إلى أن 78,33% يذكرون المواصفات الحقيقية لهم في المجتمعات الافتراضية، وهذا بدافع الصدق وزيادة التفاعل مع الآخرين¹.

¹ بليوسف مسعودة، الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد: دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، مرجع سبق ذكره، ص 479.

جدول رقم 24: يربط بين متغير السن ونمط وصف المظهر الخارجي للأشخاص عبر الفايسبوك:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	36-27		26-23		22-18		السن	الإجابة
		%	ت	%	ت	%	ت		
93 %	465	93,40	228	92,6	138	92,5	99		تصفه كما هو في الواقع
1,20 %	6	1,20	3	0,70	1	1,90	2		تغير من سماتك الجسدية
5,80 %	29	5,30	13	6,70	10	5,60	6		أحيانا فقط تغير من سماتك الجسدية
100 %	500	100	244	100	149	100	107		المجموع

تتوافق نتائج هذا الجدول مع معطيات الجدول السابق، حيث نجد أنه لا يوجد تفاوت يكاد يذكر بين مختلف الفئات العمرية للشباب الجزائري من حيث أن الأغلبية الساحقة منهم تقوم بوصف مظهرها الخارجي كما هو في الواقع عبر الفايسبوك، فالنسب جاءت على التوالي 92,50% لـ 22-18 سنة، و 92,60% لـ 27-23، و 93,40% لمن تتراوح أعمارهم ما بين 27 و 36 سنة، فأفراد العينة لا يجدون إشكالا في وصف المظهر المادي لذواتهم كما هو من دون تحايل أو تلاعب بالآخرين، أما من يغيرون من سماتهم ففي مختلف الأعمار جاءت نسبتهم ضئيلة جدا سواء تعلق الأمر بالشباب اليافع أو البالغ، فمثل هذه المظاهر واردة في الفضاء الافتراضي لانعدام الوجود المادي للأشخاص في الكثير من الأحيان، وتبعا لعدة دوافع حاولنا إبرازها من خلال إجابات المبحوثين في الشكل التالي:



شكل رقم (17): دوافع عدم وصف الأشخاص لسماتهم الجسدية بموضوعية عبر الفايسبوك

فكما يتبين لنا من خلال هذا الشكل 5,7% من الذين يزيّفون مظهرهم الخارجي أثناء عملية وصفه للآخرين يكون هذا اعتقادا منهم بأن هذا يزيد من تمويه شخصيتهم وجعلها مجهولة أكثر كما تقف وراء هذا العديد من المسببات التي أخذت نفس النسبة تماما (2,9%) من مثل: الرغبة في تشويه السمات الحقيقية بغية عدم إثارة إعجاب الآخرين، عدم الثقة، وكذا الرغبة في التلاعب بالآخرين، وعدم الرضا عن السمات الجسدية الحقيقية الذي يعتبر عانقا اتصاليا حتى افتراضيا.

جدول رقم 25: مدى موضوعية المبحوثين عند تحدثهم عن حياتهم اليومية في الفايسبوك:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	36-27		26-23		22-18		السن الإيجابية
		%	ت	%	ت	%	ت	
86,20%	431	88,10%	215	86,60%	129	81,30%	87	تكون موضوعيا (واقعيًا)
1,40%	7	0,80%	2	2%	3	1,90%	2	تعدل وتغير فيها كثيرا
11,40%	57	10,20%	25	10,70%	16	15%	16	تعدل وتغير فيها قليلا
1,0%	5	0,8%	2	0,7%	1	1,9%	2	الحالات المفقودة
100%	500	100%	244	100%	149	100%	107	المجموع

أبدى الشباب الجزائري المستخدم للفايسبوك موضوعية كبيرة في عملية عرض ذواتهم عبر هذه الشبكة الاجتماعية من خلال المحادثات، وهذا بـ 86,20% مقابل 1,40% لمن يُعدّلون ويُغيّرون كثيرا في مجريات حياتهم اليومية عند التحدث عنها للآخرين في هذا المجتمع الافتراضي و 11,40% لمن يُعدّلون ويُغيّرون قليلا، ولا يختلف هذا باختلاف السن كثيرا إلا بعض الشيء فالأغلبية من أفراد العينة إذن يميلون إلى نفس الاتجاه الذي يتسم بالمصادقية؛ حيث قُدرت النسبة لمن يتراوح سنهم ما بين 18-23 سنة بـ 81,30% مقابل 86,60% لـ 23-27 سنة و 88,10% لـ 27-36 سنة، غير أنه من جانب آخر نلاحظ أن الشباب الأكبر سنا يميلون بعض الشيء أكثر من البقية إلى التغيير والتحريف لكن ليس بشكل كبير للغاية، فالتحدث عن الحياة اليومية عبر الفايسبوك بالنسبة للشباب الجزائري يتجه نحو الواقعية أكثر من التلفيق، وهذا ما يتفق مع موقف الباحث ليري (Leary) الذي يؤكد بأن الناس لا يكذبون عندما يصفون أنفسهم في العالم الافتراضي ولكنهم يفعلون ذلك بشكل انتقائي، فوفقا له "عندما توصف الذات في العالم الافتراضي يجب على الفرد اختيار معلومات محددة لإعطائها لأن هناك الكثير مما يمكن قوله عن ذات الفرد

وهذا يوفر فرصة لاختيار المعلومات التي تُشكّل من خلالها الانطباع المطلوب وهذا التحكم يُقلّل الحاجة إلى الكذب¹، ويندرج ما سبق ضمن ما يعرف بعملية إدارة الانطباع (**impression management**) التي تحدث عنها **Goffman**، وتحديدًا في ما سماه بالمعلومات المعطاة وغير المعطاة.

كما أن الإمكانية الكبيرة المتاحة لعدم الكشف عن الذات لمستخدمي الفايسبوك لا تعني أبداً أن الأفراد ليس بإمكانهم أن يكونوا حقيقيين كما هم على أرض الواقع، فالعديد من الباحثين من خلال دراسات مختلفة حول الدردشة الإلكترونية تحديداً، على غرار كل من **Fitzsimons, Mckenna and Bargh**، وجدوا أن هناك عرضاً للذات الحقيقية في المجتمعات الافتراضية وأن هذا يكون بدرجة أسهل من الواقع نفسه في هذه الفضاءات، على عكس الاتصال المواجهي، وأن الناس يصبحون أكثر انفتاحاً مما هم عليه في الواقع اليومي، أيضاً في نفس الصدد، كل من **Frankel, Siang, Joinson, and Myers** أشاروا إلى أن الكشف عن الذات (**self disclosure**) لدى المستخدمين للإنترنت مقارنة مع المتفاعلين وجهاً لوجه هو أكبر، وينبع بالدرجة الأولى من عدم الكشف عن الهوية البصرية²، كما ينبع من عدم وجود بعض الموانع الموجودة في الواقع لدى بعض الأفراد، كالعاهات الجسدية والنفسية، الخجل الشديد والخوف من الآخرين، أو عدم استلطاف الحياة الاجتماعية الطبيعية، حيث يختفي كل هذا في الدردشة النصية مما يتيح قدراً كبيراً للثقة في النفس والاندماج في التفاعل الاجتماعي³.

والكشف عن الذات بحميمية في العالم الافتراضي يحدث عادة في التفاعل الأول بين المستخدمين الذين يسألون ويجيبون بكل سهولة على عكس ما إذا طرحت عليهم نفس الأسئلة في الواقع من الممكن أن يعتبروها هجوماً ضدّهم، وهذا الكشف يتم بناؤه على عدة أسس كالصدق (**Honesty**)، والعمق (**Depth**)، ومدى توافر المعلومات (**information Availability of**) وسياق المشاركة (**Context of starting**) والثقافة (**Culture**) (**Al et Adler**)، كما هناك

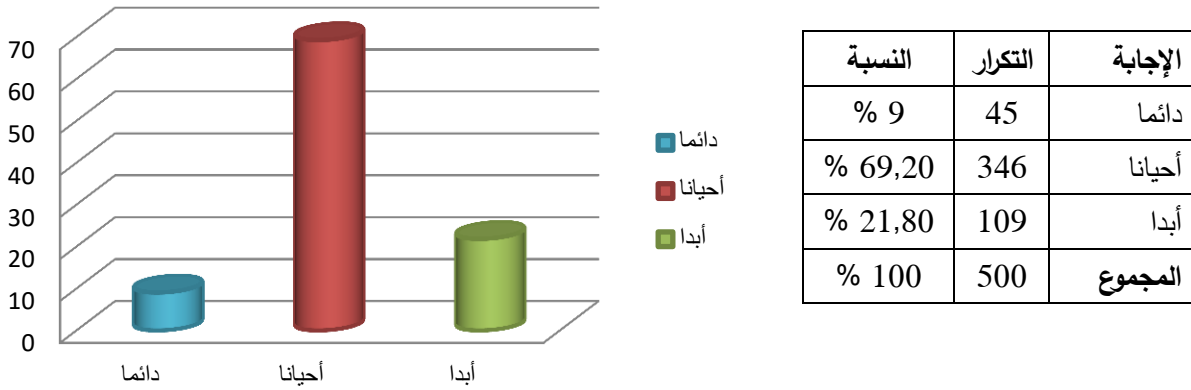
¹ Sasan Zarghoni, study of self presentation in light of facebook, op cit, p 10-11- (بتصرف).

² Chester Andrea, presenting the self in cyberspace, op.cit, p 100.

³ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 146.

العديد من الأهداف التي يسعى الأفراد لتحقيقها من وراء كشف الذات على سبيل المثال لا الحصر: التنفيس الانفعالي (Catharsis)، وتوضيح الذات (self-clarification)، وتأييد الذات (self-validation) والتبادلية (reciprocity) وتكوين الانطباع (formation impression)، والحفاظ على العلاقات وتقويتها (maintenance and enhancement relationship) والتحكم الاجتماعي، وهذا ما يؤدي إلى تطوير العلاقات الشخصية مع الآخرين وتحسين الصحة النفسية وتحقيق فهم أفضل لذاتهم¹، إذن فالأشخاص من الممكن أن يتحدثوا ويجيبوا عن كل الأسئلة التي تتعلق بحياتهم اليومية بسهولة وأريحية في حين لو طرحت عليهم نفس الأسئلة أو لو فتح لهم المجال للتعبير عن ذواتهم من خلال الاتصال الشخصي المواجهي ندهم أكثر حذرا في التحدث أو أكثر تكتما، وهذا يرتبط أيضا بطبيعة شخصية الفرد وبالفروق الفردية أيضا. (للمزيد من الاطلاع أنظر: الجانب النظري، الفصل الرابع: مقارنة لعرض الذات في الحياة الافتراضية، ص).

جدول رقم 26: مدى مراجعة أفراد العينة للمحادثات عبر الفايسبوك:



شكل رقم (18): مدى مراجعة المبحوثين للمحادثات عبر الفايسبوك

النسبة الأعلى من أفراد العينة يقومون في بعض الأحيان بمراجعة المحادثات التي يجرونها مع بعض الأشخاص عبر الفايسبوك وهذا بـ 69,20% مقابل 21,80% ممن لا يقومون بتلك المراجعة، وهذه الأخيرة تعد فرصة للاستمرار في بناء الهوية في سياق معين دون آخر، حيث يُفْتَحُ

¹ سلطان بن موسى العويضة، علاقة الاتصال الشائع المفضل بكل من القلق الاجتماعي والشعور بالوحدة وكشف الذات لدى عينة من طلبة جامعة عمان الأهلية، مرجع سبق ذكره، ص 416.

المجال لتعديل معلومات الشخص أو تصحيح بعض الأمور المتعلقة بالحياة اليومية، والتي تم سردها من قبل، فالمراجعة هنا تقترن ببناء وإعادة بناء الهوية من جديد، كما تعتبر فرصة لمراقبة المعلومات المعطاة وغير المعطاة للآخرين، ومثل هذا لم يكن الفرد ليقوم به في الواقع الحقيقي بنفس الدقة التي يكون عليها الأمر في الفايسبوك الذي يوثق المحادثات على اعتبار أنها تتم نصيا في كثير من الأحيان.

جدول رقم 27: يربط بين طبيعة الأسماء المعتمدة، نمط البيانات ومدى تعامل المبحوثين

طبيعة البيانات						طبيعة الأسماء						
ن ك	م ك	مستعارة		حقيقية		ن ك	م ك	مستعارة		حقيقية		
		%	ت	%	ت			%	ت	%	ت	
2	10	3,2	2	1,8	8	2	10	2,3	4	1,84	6	
24	120	30	18	23,2	102	24	120	23,4	41	24,3	79	أحيانا
74	370	66,7	40	75	330	74	370	74,3	130	73,8	240	أبدا
100	500	100	60	100	440	100	500	100	175	100	325	المجموع

بشخصية مختلفة في الفايسبوك:

تشير (م ك) إلى المجموع الكلي بينما تشير (م ن) إلى النسبة الكلية

يوضح لنا هذا الجدول أن من يستخدمون أسماء حقيقية أغلبهم لا يتعاملون بشخصية مختلفة مع الأشخاص في الفايسبوك وذلك ب73,8%، إلا أن هذا لا يعني أن البعض منهم يقومون بذلك وهذا ب24,3%، وحتى الذين يستخدمون أسماء مستعارة يميلون إلى التعامل بشخصيتهم الحقيقية بدل التزييف أو ابتداع شخصية أخرى وذلك ب74,3%، والبعض الآخر منهم يقوم بذلك بنسبة 23,4%، وتتوافق هذه النتائج مع الشق الثاني من الجدول الذي يربط بين طبيعة البيانات التي يضعها أفراد العينة في الفايسبوك ومدى تعاملهم بشخصية مختلفة مع بعض الأشخاص عبر هذا المجتمع الافتراضي، حيث نجد من خلال البيانات المتحصل عليها أن 75% ممن لا يزيفون بياناتهم لا يتعاملون بشخصية مختلفة بينما 23,2% منهم يقومون بذلك أما من يضعون بيانات مزيفة ف66,7% ينفون القيام بهذا التصرف، في حين 30% يتعاملون بشخصية غير حقيقية مع بعض الأشخاص..

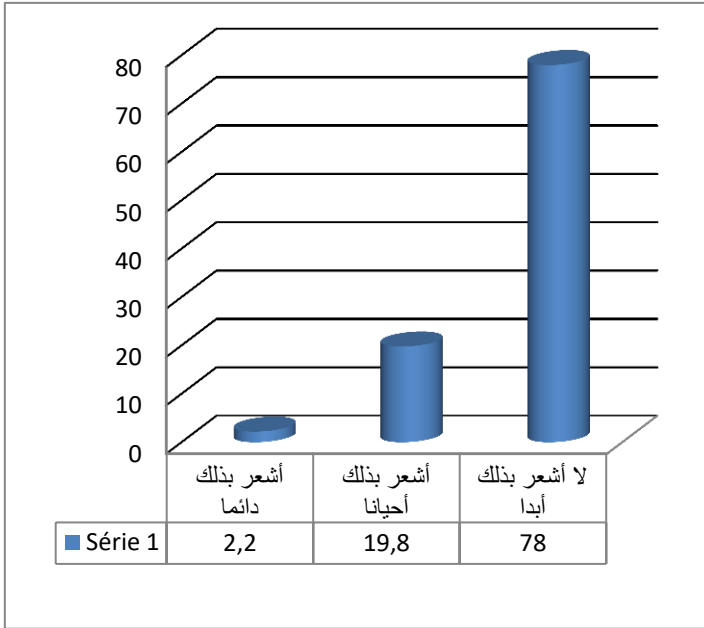
وكما نلاحظ من خلال هذا الجدول أن النسب الإجمالية لكلا المتغيرين التابعين جاءت متطابقة مما يدل على عدم تناقض إجابات المبحوثين، ونستطيع القول هنا أنه ليس بالضرورة من يستخدم أسماء مستعارة أو بيانات مزيفة يتعامل أثناء تواصله مع الآخرين افتراضيا بشخصية غير واقعية أو افتراضية مزيفة، والعكس صحيح، فهذا يتعلق أساسا بعدة جوانب نفسية واجتماعية تتحكم في هذا الأمر وتختلف من شخص إلى آخر.

جدول رقم 28: دوافع تعامل أفراد العينة بشخصية مخالفة لشخصيتهم الحقيقية:

الدوافع	التكرار	النسبة
لكي تكون جريئاً أكثر	29	19,9 %
لتستطيع التحدث بسهولة	36	24,7 %
لتعرف آراء الناس حولك	29	19,9 %
لكي لا تحس بالإحراج	11	7,5 %
لأنك تحس بالثقة أكثر أثناء التحدث	19	13 %
لكي تجرب شخصية أخرى فقط	22	15,1 %
المجموع	146	100

يتضمن هذا الجدول الأسباب التي تدفع الشباب الجزائري للتعامل بشخصية مختلفة مع بعض الأشخاص في الفيسبوك، حيث يأتي على رأس هذه الأسباب وبأعلى نسبة "التمكن من التحدث بسهولة وهذا بـ 24,7%، فالعديد من الأشخاص يجدون صعوبة في التفاعل مع الآخرين وجها لوجه في واقعهم الفعلي، وهذا على إثر الإحراج أو الإحساس بعدم الثقة أو حتى لأن بعض الأشخاص يحسون بالعزلة وبضعف علاقاتهم وتواصلهم مع الآخرين في المجتمع، إلا أنهم في الفيسبوك يتجاوزن ذلك لأن الاتصال هو غير مباشر كما أن ردود فعلهم أو هويتهم البصرية هي مخفية، وكثاني سبب نجد بنسبة متساوية 19,9% لكل من "إمكانية أن يكون الفرد جريئاً أكثر" وكذا "لمعرفة آراء الناس حولي"، وهذه الأخيرة تدخل في اللعب الاجتماعي حين يتقمص الفرد شخصية أخرى من أجل معرفة آراء الناس الحقيقية حوله، وهذا شبيه بلعب الأدوار الذي يحدث في الواقع أحيانا، وفي نفس السياق نجد دافع "الرغبة في تجريب شخصية أخرى لا غير"، وجاء هذا بنسبة 15%، وكأقل نسبة نجد 7,5% لـ "عدم الإحساس بالإحراج" كسبب مباشر، فالعوامل النفسية للفرد تعتبر العامل المحدد هنا لنمط الشخصية التي يرغب المستخدمون أن يكونوا فيها.

جدول رقم 29: مدى تناقض شخصية المبحوثين في الفايسبوك مع شخصيتهم الحقيقية:



شكل رقم (19): مدى تناقض شخصية المبحوثين في الفايسبوك مع شخصيتهم الحقيقية

نجد من خلال هذا الجدول أن النسبة الطاغية كانت لعدم إحساس أفراد العينة بتناقض شخصيتهم في المجتمع الافتراضي مع شخصيتهم الواقعية وذلك بـ78%، في حين نجد بـ2,2% منهم لا يشعرون بذلك أبدا، فأغلب أفراد العينة إذن لا يشعرون بتصادم بين شخصيتهم الواقعية والافتراضية وإنما هذه الأخيرة بالنسبة لهم هي انعكاس لشخصيتهم الحقيقية، ويتلاءم هذا مع ما ذهب إليه الدكتور علي رحومة في قوله أن النظام التكنو-اجتماعي من التفاعل البشري-الآلي يجعل الأفراد يتمثلون وكأنهم في بيئة طبيعية، ولكن بوسائل وخصائص إلكترونية¹، أي أنهم يكونون حقيقيين كما هم في واقعهم الفعلي، وهذا ما أشرنا إليه في الإطار النظري للدراسة (للمزيد من التفاصيل أنظر ص).

ومن جانب آخر نجد أن 19,8% من الشباب الجزائري يشعرون بأن شخصيتهم الافتراضية تتناقض مع شخصيتهم في الواقع؛ حيث يقومون هنا ببناء هويتهم وفقا لما يريدون أن يظهروا عليه للآخرين، أي أنهم يصطنعون هويات مثالية " ففي عالم التواجد المادي نحن نادرا ما نحتاج إلى تقديم وصف ذواتنا للآخرين كيف ينظرون لذواتنا وكيف ننظر إليهم، ولا نحتاج لنقول للآخرين ما

¹ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 148-149.

نحن عليه لأنهم سوف يتعرفون على ذلك مع مرور الوقت، وعلى هذا النحو نحن نميل إلى اتخاذ ذواتنا كأمر مفروغ منه، ومسلم به في التفاعل وجها لوجه، وليس هذا هو الحال في عالم الإنترنت فعند التفاعل مع الآخرين في حالة التواجد المشترك عن بعد (telecopresence) خاصة مع من لم نلتقيهم أبداً، نحن مضطرين لتقديم نوع من الوصف الذاتي، والسبب هنا بسيط، فنحن لا شيء حتى نكتب على لوحة المفاتيح، والآخرين لا يعرفوننا حتى نقول لهم شيئاً عنا في عملية السرد من نحن؟ ماذا نفعل؟... هنا تبدأ الذات الرقمية في التبلور والتشكل، وبهذا المعنى فإن الذات الرقمية هي كما يسميها تومسون (Thompson) "المشروع الرمزي" (Symbolic project) حيث يقوم الفرد بتفعيل البناء في وضع متماسك من خلال السرد للهوية الذاتية¹، فعندما نروي القصة هناك إمكانية للتعديل بشكل مستمر من خلال عمليات السرد، حول كيف وصلنا إلى ما نحن فيه؟ وإلى أين نحن ذاهبون؟ نحن جميعاً كُتاب سير ذاتية غير رسمية عن ذواتنا، فمن خلال بناء القصة نحن قادرين على تشكيل الشعور اتجاهاً.

كما أن التحدث مع الآخرين من خلال الدردشة الالكترونية يتطلب مستوى معين من التأمل والانعكاسية، وهذا لا يمارس عادة في التفاعل وجها لوجه، ففي هذه العملية نلقي نظرة متأنية على ذواتنا، حيث نسعى للتعبير ببطء في كلمات، ليس كيف نرى ذواتنا، ولكن ما نريد أن يعرفه الآخرون عن ذواتنا حتى ولو لم يكن هذا ما هو عليه ذواتنا بالفعل، وبالتالي "المستخدمون من خلال الكتابة يمكن أن يؤلفوا مع أنفسهم بإعادة اختراع مشاعر، أفكار، وضعية اجتماعية وسمات مختلفة إنسانيتهم بأكملها يمكن أن تتغير²، ويتم في أغلب الأحيان محاولة رسم صورة "الذات المثالية" التي يرغب الأفراد في أن يكونوا عليها وهم ليسوا كذلك في الواقع³، كما يرجع هذا أيضاً إلى الحرية المطلقة التي يتمتع بها الأفراد في الفضاء الافتراضي، فالطبيعة المجهولة والنصية للاتصال الإلكتروني تجعل الفرد يتمكن من "إصلاح الهوية" فيما يتعلق ب: الجنس العمر والاسم القدرات، الإعاقة والوضعية الاقتصادية والاجتماعية، التفضيلات..مع قدر كبير من التعددية

¹ Shanyang Zhao, the digital self, op.cit, p 397.

² Ileana Cristina, virtual communication, op.cit, p 56.

³ علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 145.

واللاتجانس، فالفرد هنا يملك قدرة كبيرة على التحكم في الذات وضبطها¹، وهذا ما يؤدي في النهاية إلى الشعور بالتناقض بين ما هو عليه الفرد في الواقع وبين ما يتمثله للآخرين افتراضيا.

جدول رقم 30: مدى إقبال الشباب الجزائري على نشر يومياته عبر الفايسبوك:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	الإناث		الذكور		الجنس الاحتمالات
		%	ت	%	ت	
7,8 %	39	5,9	16	10	23	دائما
61,6 %	308	61,6	167	61,6	141	أحيانا
30,6 %	153	32,5	88	28,4	65	أبدا
100 %	500	100	271	100	229	المجموع

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية أعلاه أن 61,6% من الشباب الجزائري المستخدم للفايسبوك يقومون في بعض الأحيان بنشر ما يتعلق بحياتهم اليومية عبر هذه الشبكة الاجتماعية كما نجد أيضا أن نسبة لا بأس بها من أفراد العينة بما يعادل 30,6% يمتنعون عن ذلك، وكما لا توجد فروق تكاد تذكر بين الذكور والإناث حول هذا الموقف، فكلاهما يقومان بالنشر من وقت لآخر وذلك بنسبة متساوية بلغت بدورها 61,6%، فالنشر هنا يكون بطريقة متواترة وليس على الدوام وهذا تبعا لما يعيشه الفرد في حياته اليومية، ولما يراه هاما ومناسبا للنشر أو غير مناسب.

فهؤلاء الشباب يستعرضون العديد من الأمور التي تحدث معهم في حياتهم اليومية عبر الفايسبوك ويتشاركون فيها مع الآخرين، فهذا الموقع يعتبر قناة للتعبير عن مجريات واقعهم الفعلي سواء على صعيد الحياة الشخصية أو الاجتماعية والسياسية إلى جانب مختلف مجالات الحياة الأخرى، وطابع التشارك والتفاعل مع الآخرين يكتسي أهمية بالغة في هذا الصدد.

¹ Papacharissi Zizi, the presentation of self in virtual life : characteristics of personal homepages, journalism and mass communication Quarterly, op cit, p 645.

فوفقاً للباحث ميلر (Miller) كل صفحة شخصية لديها ما يقابلها في العالم الحقيقي، فعلى الرغم من أن المواد التعبيرية في الاتصال الإلكتروني تختلف عن ما هو قائم في الاتصال المواجهي كالنص والفيديو، الصور...، إلا أن عرض الذات في الحياة الافتراضية لا يختلف عن عرضها في الحياة اليومية العادية من خلال التفاعلات الاجتماعية، فالهوية التي تُعرض والعمليات التي نستخدمها لتقديمها تشبه في جوهرها ما يحدث في الحياة العادية، فالأمر هنا هو استغلال للتكنولوجيا لنفس الغرض¹ ويمكن ملاحظة هذا الوضع بشكل جلي من خلال مراقبة الصفحات الشخصية الرئيسية للمستخدمين، ففي هذه الصفحات سنجد: " مناقشة للمواضيع السياسية، مشاهدة سلسلة تلفزيونية مفضلة، عرض الحياة اليومية العائلية وكذا الانطباعات حول العطلة الأخيرة، تقديم العزاء، دعم الأفراد بعضهم البعض، التهنئة بمناسبة ما، تحديث الحالة كالفرح والحزن، التعب وما شابه ذلك؛ فالشبكات الاجتماعية هنا تفتح مستوى جديد للواقع"².

كما نجد كل من واين وكاتز (Wynn and Katz) يدعمون هذه الفكرة، حيث يشيران إلى أن عرض الحياة العادية اليومية (offline self-presentation) والصفحات الشخصية تعمل بطرق متشابهة، وما تتضمنه الصفحات الشخصية هو محاولة لدمج الفرد، وبيان هويته بطريقة متكررة ومستقرة وفقاً للموقف الذي يراه الفرد هاما. فالعديد من الباحثين يتفقون على أن عرض الذات في الصفحات الشخصية هو موثوق وغير متغير، أي أن الأشخاص يعرضون ذاتهم كما هي في الواقع لكن هذا العرض هو انتقائي من حيث المعلومات المقدمة، كما أن المعلومات الشخصية التي يدرجها الفرد (الجنس، العمر، التفضيلات...) كلها ترتبط بتصورات وإدراك ذات الشخص من قبل الآخرين³.

¹ Ibid, p 84.

² Heike Monica, is there a home in cyberspace ?, op.cit, p 40.

³ Chester Andrea, op.cit, p 84-85.

جدول رقم 31: يربط بين الحجم الساعي لاستخدام الفايسبوك وبين مدى إقبال المبحوثين على نشر يومياتهم:

ساعات الاستخدام		أقل من ساعة		ساعة - ساعتين		3 إلى 4 ساعات		5 ساعات فما فوق		م ك	ن ك
الاختيارات		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	%
دائما		7,3	3	5,5	8	6,7	10	11	18	39	7,8
أحيانا		43,9	18	54,8	80	72,7	109	62	101	308	61,6
أبدا		48,8	20	39,7	58	20,7	31	27	44	153	30,6
المجموع الكلي		100	41	100	146	100	150	100	163	500	100

وجد من خلال هذا الجدول أن 48,8% من المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك لمدة أقل من ساعة يرفضون بتاتا نشر مجريات حياتهم اليومية عبر هذا المجتمع الافتراضي، بينما 43,9% منهم يوافقون ويُقبلون عن النشر، وتزيد نسبة الموافقين على ذلك من أفراد العينة كلما اتجهنا إلى المزيد من الاستخدام، حيث نجد الذين يستغرقون من 3 إلى 4 ساعات في استعمال الفايسبوك يوافقون على القيام بعملية النشر بنسبة 72,7%، وهذا أحيانا، وكان هذا أكثر حتى من كثيفي الاستخدام الذين بلغت نسبتهم في ذلك 62%، فطول مدة الاستخدام تجعل الفرد يُقبل على ممارسة عملية النشر بشكل اعتيادي، حيث يصبح هذا الأمر مع مرور الوقت روتينيا يمارسه الفرد كلما شعر بالحاجة إلى التعبير عن ما يهيمه وعن ما يريد التعبير عنه للأخرين، غير أنه على العموم عامل الحجم الساعي لم يحدث هنا فروقا كبيرة بين قلبي الاستخدام وكثيفي الاستخدام.

جدول رقم 32: يربط بين مدى اعتقاد الشباب الجزائري بأن الفايسبوك هو فضاء حر وبين مدى إقبالهم على نشر يومياتهم عبره:

الاختيارات	دائما		أحيانا		أبدا		المجموع الكلي	النسبة الكلية
	%	ت	%	ت	%	ت		
موافق	48,7	19	42,9	132	32,7	50	201	40,2
محايد	23,1	9	9,7	30	16,3	25	64	12,8
غير موافق	28,2	11	47,4	146	51	78	235	47
المجموع	100	39	100	308	100	153	500	100

من خلال النتائج المتوصل إليها في هذا الجدول نستنتج أن أفراد العينة الذين يرون بأن الفاييسبوك هو فضاء حر يُقدّمون على نشر يومياتهم بصفة أكبر وذلك ب48,7%، مقارنة ب28,2% منهم ممن ينشرون بشكل دائم رغم عدم ثقتهم في هذا المجتمع الافتراضي بأنه فضاء حر، كما نجد 47,4% ممن يقومون بالنشر أحيانا لا يقرون أبدا بجانب الحرية في الفاييسبوك ورغم ذلك إلا أنهم يقومون بالنشر؛ وبنسبة ليست بالبعيدة عن هذا الموقف نجد 42,9% منهم يقرون بتلك الحرية وينشرون بصفة متباينة، أما الذين لا ينشرون أبدا ما يتعلق بحياتهم اليومية عبر الفاييسبوك فهم غير موافقين تماما بأن الحرية لها وجود في هذا الفضاء الافتراضي؛ حيث جاءت النسبة هنا مرتفعة إلى حد ما ب51% مقابل 32,7% للذين رغم إيمانهم بوجود الحرية في الفاييسبوك إلا أنهم لا يقومون بالنشر نهائيا لما يخص حياتهم.

نستطيع أن نقول أن هناك ارتباط بين مدى اعتقاد المبحوثين بالحرية في الفاييسبوك من عدمها بمدى إقدامهم على نشر ما يختص بحياتهم اليومية، فهذا الأمر من الممكن أن يكون حافزا للنشر، خاصة أنه في بعض الأحيان لا يُتاح لنا في الواقع الحقيقي التعبير عن كل ما يحدث معنا في يومياتنا، فالتعبير عن الذات في مواقع التواصل الاجتماعي يعرف أوجّه.

جدول رقم 33: طبيعة توجه المواضيع التي ينشرها المبحوثون عبر الفاييسبوك:

الاختيارات	التكرار	النسبة
تعبير عن اهتمامك وشخصيتك	428	85,6 %
بغض النظر عن اهتماماتي أضع مواضيع فقط ليعجب بها الناس	48	9,6 %
أنشر مواضيع فقط لمجرد إثارة اهتمام الآخرين حتى ولو لم تعجبهم	24	4,8 %
المجموع	500	100 %

المواضيع التي ينشرها المبحوثون عبر الفاييسبوك تُعبرُ حسب رأي الأغلبية منهم عن اهتماماتهم وشخصيتهم بالدرجة الأولى، وهذا بنسبة 85,6%، حيث يعتبر هذا المجتمع الافتراضي فضاء لعرض ذوات الشباب، واهتماماتهم، وطرح مختلف المواضيع التي تهم حياتهم اليومية بمختلف مجالاتها، والعديد من الدراسات تؤكد هذا، فعلى سبيل المثال لا الحصر نجد الدراسة التي قامت بها الباحثة جيسكا لي باغ (Jessica lee pagh) من جامعة كاليفورنيا تؤكد أن جدران

البروفائيل التي يوفرها الفايسبوك تفسح المجال للمستخدم ليكون أكثر تلقائية في التعبير عن ذاته وهويته، فكل صفحة فايسبوكية هي انعكاس لوقت ومدارك ولاهتمامات ولانتماء السياسي... لصاحبها¹، كما يتبين لنا من خلال هذا الجدول أيضا أن فئة قليلة من المبحوثين تضع منشورات بغض النظر عن الاهتمامات ولكن فقط ليُعجَبَ بها الناس وجاء هذا ب9,6%، بينما النسبة الأضعف كانت لنشر المواضيع فقط لإثارة الاهتمام حتى ولو لم يُعجَبَ بها الناس (4,8%)، فمثل هذه الظواهر موجودة في مجتمع الفايسبوك حيث يُقدِّمُ الأفراد على نشر ما لا يتوافق مع شخصياتهم ومبادئهم وهذا ما يمكن استنتاجه حتى من خلال الملاحظة، ومن خلال تجربة التفاعل مع بعض الأشخاص افتراضيا ولوقت طويل؛ أين يتشكل لدينا انطباع معين حولهم بناء على ما ينشرونه من مواضيع وبعد مدة من الزمن يتبين أن شخصية هؤلاء لا علاقة لها بمنشوراتهم ويصل الأمر هنا لدرجة التناقض، وهذا من أشكال الزيف الموجودة في العالم الافتراضي، ويحدث هذا حتى مع من نعرفهم في الواقع، والذين يبدو أنهم بشكل مختلف افتراضيا، فالعديد من الباحثين قاموا بدراسة هذا الأمر ومنهم نجد **ميلر (Hugh Miller)** والذي قام في أحد دراساته بفحص الصفحات الشخصية وعملية عرض الذات، فتوصل إلى أن هذا العرض يكون بهدف تعزيز الذات كما تحدث عن ما أسماه "cool page" التي يهدف الأفراد من خلالها إلى تقديم صورة مثيرة للاهتمام أو فريدة من نوعها وإدارة الانطباع هي الدافع الفعلي وراء كل هذا²، كما يهدف البعض الآخر من خلال هذا إلى تحقيق النجومية الافتراضية عبر الفايسبوك لا غير.

¹ عائشة لصلح، الشبكات الاجتماعية والهوية الثقافية والاجتماعية للشباب، من كتاب السؤال عن الهوية: في التأسيس والنقد والمستقبل، إشراف وتنسيق: البشير ربوح، ط1، كلمة للنشر والتوزيع، دار الأمان، منشورات الاختلاف، منشورات ضفاف، تونس، الرباط، الجزائر، بيروت، 1438هـ-2016، ص465.

² Chester Andrea, presenting self in cyberspace, op.cit, p 84.

جدول رقم 34: مدى إحساس المبحوثين بتقدير الذات على إثر ما ينشرونه عبر الفايسبوك:

الاختيارات	التكرار	النسبة %
دائما	103	20,6
أحيانا	299	59.8
أبدا	98	19.6
المجموع	500	% 100

يشير هذا الجدول إلى مدى شعور أفراد العينة بتقدير الذات على إثر ما يقومون بنشره عبر الفايسبوك، حيث نجد هنا أن 59,8% منهم يتكئون لديهم أحيانا هذا الشعور، بينما نجد ثاني أعلى نسبة للذين يشعرون بذلك دائما وهذا ب 20,6%، في حين أن أقل نسبة كانت لمن لا يشعرون بذلك أبدا والذين قدرت نسبتهم كما هو مبيّن في هذا الجدول ب 19,6%.

فعملية النشر عبر الفايسبوك يقف وراءها في بعض الأحيان عامل الرغبة في الإحساس بتقدير الذات، ويكون هذا خاصة عندما يتعلق هذا النشر بما يملكه المستخدم من إبداعات أو مهارات معينة، أو حتى إبداء مواقف تستحق الإثراء والإعجاب، وكما من الممكن أن يتطلع الفرد إلى تحقيق تقدير الذات على إثر نشر صورته الخاصة، فالإعجابات والتعليقات الإيجابية تحديدا التي يبديها الآخرون تؤثر في نفسيته وتزيد من اعتزازه بذاته، فالفايسبوك يعطي فرصا للإحساس بتقدير الذات، بينما في الواقع هناك العديد من الأمور أو الإنجازات التي يراها الفرد فريدة من نوعها أو مميزة بالنسبة إليه لكنها في الأخير لا تحظى بالأهمية من طرف المحيطين بهذا الفرد مثلا، مما يؤثر سلبا عليه فالفايسبوك بما أنه يسهل عملية التقاء ذوي الاهتمامات المشتركة والمستويات المعرفية المتقاربة فإنه وفقا لهذا يقوم بدور ايجابي لافت في هذا الصدد.

جدول رقم 35: موقف الشباب الجزائري من نشر الناس ليومياتهم عبر الفيسبوك:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	الإناث		الذكور		الجنس / الموقف
		%	ت	%	ت	
45,6 %	228	45,8	124	45,4	104	مع ذلك
54,2 %	271	53,9	146	54,6	125	ضد ذلك
0,2 %	1	0,4	1	-	-	محايد
100 %	500	100	271	100	229	المجموع

من خلال هذا الجدول نجد أن 45,6% من أفراد العينة يوافقون على نشر الناس لما يحدث في حياتهم اليومية الواقعية عبر الفيسبوك، بينما نجد أن 54,2% منهم ضد ذلك، وهذا رغم أن 61,6% كما لا حظنا في الجدول السابق يقومون بنشر هذه اليوميات من حين لآخر، ولا شك أن هناك العديد من الأسباب التي تقف وراء هذا الرفض وهذا ما حاولنا استكشافه من خلال السؤال الفرعي المبينة نتائجه في الجدول الذي سيلي.

جدول رقم 36: أسباب رفض الشباب الجزائري لنشر الناس يومياتهم عبر الفيسبوك

النسبة %	التكرار	الإجابات
37,1	117	ضرورة الحفاظ على خصوصية الفرد
13	41	لا فائدة من نشر اليوميات حيث يجب استخدام الفيسبوك لنشر أمور تفيد الفرد والمجتمع
5,1	16	لأن هذا من التباهي، والتفاخر والمبالغة
3,5	11	تقاديا للعين والحسد وشرور الناس حيث ينبغي قضاء الحاجات في السر
3,5	11	لأنه عالم افتراضي لا ثقة فيه
3,2	10	يجب مراعاة مشاعر الآخرين وعدم إحراجهم
3,2	10	نشر اليوميات يسبب الكثير من المشاكل خاصة السرقة
0,6	2	نشر اليوميات يجعل الآخرين مصدر للقلق والإزعاج
0,6	2	هذا يجعل الفرد محط اهتمام الآخرين وهذا ليس من مبادئ
0,6	2	عدم الرغبة في إثارة شفقة أحد
0,3	1	هناك أشخاص يفهمون يومياتك بصورة خاطئة مما يسبب الإحراج
0,3	1	عدم الرغبة في إعطاء الآخرين حق إبداء آرائهم في حياتي اليومية
28,9	91	لا توجد إجابة
100	315	المجموع

لقد تنوعت واختلقت الأسباب التي تقف وراء رفض الشباب الجزائري لنشر الناس يومياتهم عبر الفيسبوك، ولعل من أهم هذه الدوافع نجد " ضرورة الحفاظ على خصوصية الفرد" حيث بلغت النسبة هنا 37,1%؛ فحسب المبحوثين يجب مراعاة جانب معين من الخصوصية، وهذا احتراماً بالنسبة للبعض للعائلة، وتبعاً لعدم وجود ضرورة ليطلع عليها الآخرون، ومن جانب آخر لأن نشر اليوميات يمكن أن يُسبب العديد من المشاكل الاجتماعية للفرد، فقد أصبح معروفاً في الوقت الحالي بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر مكشوفة لجهات أخرى، كالمراكز الإلكترونية الموجودة في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا؛ والتي تسمى خوادم (servers) والتي تمر عليها جميع المراسلات بين المشتركين بحيث يمكن الإطلاع عليها ممن يديرون هذه المراكز، ومما يُمكنُهُم من تمريرها أو حجبها أو التلاعب بها، كما أن هناك شواهد على أن ما يتم تداوله بين المشتركين على مواقع التواصل الاجتماعي يستخدم بوصفه قاعدة بيانات موثقة ويومية لاتجاهات المستخدمين واهتماماتهم وأساليب تفكيرهم، ومرجعاً لكشف تفاصيل الرأي العام واتجاهاته، وعلى أساس هذا نوه العديد من الباحثين إلى خطورة تداول الخصوصيات الشخصية عبر الفيسبوك والتي يمكن أن تستخدم في وقت ما بما يسيء إلى المستخدمين¹، وهذا ما يجعل ثقتهم تتضاءل أكثر فأكثر في هذا الفضاء الافتراضي، وكسبب آخر نجد أنه " لا فائدة من نشر اليوميات حيث يجب استخدام الفيسبوك لنشر أمور تفيد الفرد والمجتمع" وجاء هذا بنسبة 13%، فحسب المبحوثين نُشر الأفراد لكل ما يدور في حياتهم عبر الفيسبوك لا يعود بفائدة تُذكر بالنسبة لمن يتابعونهم وإنما يجعلهم في بعض الأحيان يشعرون بالضيق أو الملل من تلك المنشورات.

ومن الأسباب أيضاً نجد من أفراد العينة من يعتبر أن نشر أمور الحياة اليومية عبر الفيسبوك في كثير من الأحيان يُعد من " التباهي والتفاخر والمبالغة"؛ حيث جاء هذا بنسبة 5,1% فالعديد من المبحوثين قد أكدوا من خلال إجاباتهم أن بعض الأشخاص يكذبون في ما ينشرونه حول مجريات حياتهم اليومية وهذا من أجل التفاخر والتباهي لا غير أو على حد تعبير أحد المبحوثين وبالمصطلح الجزائري "من أجل الزوخ فقط"، وكما يقول آخر: "هناك مبالغة في نشر

¹ حارث عبود، مزر العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص244.

اليوميّات فهناك من ينشر تحركاته اليومية كل دقيقة: ماذا يأكل، ماذا يشرب، أين هو ذاهب....".

وهذه النقطة تحدث عنها الدكتور بهاء الدين محمد مزيد في كتابه (المجتمعات الافتراضية بديلا عن الواقعية) بشيء من التفصيل؛ حيث يقول "تَحَفُّلُ صفحات الفيسبوك بصور يظهر فيها صاحب الصفحة في لحظة توهج وتألّق: في مناقشة علمية أو محاضرة أو لقاء، أو لحظة تكريم أو إلقاء قصيدة، أو في صحبة شخصية مشهورة لامعة، كما تجد معرضا لصور أصحاب بعض الصفحات في لحظات مضيئة، بحيث تشتمل تلك الصفحات سيرا ذاتية مصورة، وهذا جانب من جوانب استعراض الذات، وعرضها لغايات متباينة، وهذا الأمر قد يثير الدهشة بالفعل، فإنه على الفيسبوك يمكنك أن ترى من الكثير -ممن نحترمهم ونقدّرهم- مبالغة في الطريقة التي يتعاملون بها مع أنفسهم من خلال الصور التي يضعونها على صفحاتهم، وكنت أتساءل عن الداعي لأن يضع أحد الفضلاء صورته وهو مجتمعا مع ما يزيد على عدد المائة من الكتب العلمية، أو وهو يصافح أحد كبار العلماء، وللأسف لم تكن تعني لي شيء سوى أنه يريد القول "أنا قرأت هذه الكتب"، "أنا مثقف"، "أنا مشهور"، المهم أنه يريد أن يقول "أنا"، فكل هذا يدل على "الزرجسية"، إلا أن هذا لا يُنَهَمُّ به الجميع، فقد يكون من يقوم بهذا بدافع حسن نية لا غير"¹.

إضافة إلى هذه الأسباب نجد دافع "تفادي العين والحسد وشروا الناس حيث ينبغي قضاء الحاجات في السر" الذي قدرت نسبته بـ3,5%، فهنا نجد أن هذا التمثل الذي يحكم الناس في المجتمع الواقعي يحكمهم أيضا في المجتمع الافتراضي، فمتلما يتكتمون عن بعض الأمور في حياتهم اليومية خوفا من الحسد والعين يتكتمون أيضا عنها في الفيسبوك، ويُرجِعُ العديد من المبحوثين هذا إلى الاقتداء بحديث الرسول عليه الصلاة والسلام حول ضرورة قضاء حوائج الناس في الكتمان.

¹ محمد علي فرح، صناعة الواقع: الإعلام وضبط المجتمع: أفكار حول السلطة والجمهور والوعي بالواقع، دراسات فكرية الجزء 3، ط1، مركز إنماء للبحوث والدراسات، لبنان، 2014، ص236-237.

وهناك بعض الدوافع النبيلة التي تقف وراء رفض أفراد العينة لنشر الناس ليومياتهم عبر الفاييسبوك " كضرورة مراعاة مشاعر الآخرين وعدم إحراجهم" التي أخذت نسبة 3,2%، حيث يقول أحد المبحوثين مثلاً: " لا ينبغي نشر الناس ليومياتهم في الفاييسبوك لأن هناك المحروم واليتيم والفقير والمريض....لذا يجب الأخذ بعين الاعتبار كل ما يخرج مشاعر الناس"، فهذا الأمر يعتبر ايجابيا وأخلاقيا، إضافة إلى كل هذا هناك العديد من الأسباب الأخرى التي حصلت على نسب ضئيلة ما بين 0,6% إلى 0,3%.

جدول رقم 37: يربط بين مدى تناقض شخصية المبحوثين الفاييسبوكية والحقيقية ونمط الانطباع الذي يهدفون إلى تكوينه لدى الآخرين:

مدى تناقض الشخصية الافتراضية مع الشخصية الحقيقية للمبحوثين								الاختيارات
أشعر بذلك دائما		أشعر بذلك أحيانا		لا أشعر بذلك أبدا		م ك	م ن	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	سمة الانطباع
45,5	5	58,6	58	62,3	243	61,2	306	ايجابي
27,3	3	12,1	12	17,9	70	17	85	ملتزم دينيا
0	0	17,2	17	9,2	39	10,6	53	سعيد
0	0	4	4	2,3	9	2,6	13	حزين
27,3	3	19,2	19	18,2	71	18,6	93	منفتح
0	0	0	0	0,3	1	2	1	عدواني
18,2	2	12,1	12	14,4	56	14	70	ذكي
9,1	1	4	4	2,6	10	3	15	وحيد
27 ;3	3	32,3	32	31,5	123	31,6	158	متقف
36,4	4	43,4	43	43,6	170	43,4	217	اجتماعي
0	0	0	0	4,9	19	3,8	19	واقعي وحقيقي كما أنا
0	0	0	0	3,6	14	2,8	14	لا أهداف إلى تكوين أي انطباع
0	0	0	0	0,3	1	0,2	1	حسب الوضع والمزاج
0	0	1	1	0	0	0,2	1	فكاهي وطيب
0	0	0	0	0,3	1	0,2	1	شخص مفيد للآخرين
0	0	0	0	0,3	1	0,2	1	مجنونة
100	21	100	202	100	828	100	1048	المجموع

ملاحظة: يفوق المجموع الكلي حجم العينة (500) تبعا لأن هذا السؤال يعتبر متعدد الإجابات.

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب أفراد العينة الذين يشعرون بتناقض بين شخصيتهم في الفاييسبوك وشخصيتهم الحقيقية يهدفون إلى رصد الانطباع بأنهم أشخاص ايجابيون وذلك بنسبة 45,5%، وبأنهم اجتماعيون بنسبة 36,4%، وكذا بأنهم أيضا ملتزمون دينيا ومن جهة أخرى منفتحون ومثقفون وجاء هذا بنسب متساوية 27,3%، وفي ما يتعلق بمن يشعرون بذلك أحيانا فقد جاءت نسب الانطباعات التي يريدون إبداءها للآخرين بنفس الترتيب تماما، وحتى الذين لا يشعرون أبدا بتناقض بين شخصيتهم الافتراضية والحقيقية جاءت الانطباعات التي يطمحون لتشكيلها لدى الآخر بنفس الترتيب: ايجابي بنسبة 62,3%، اجتماعي بنسبة 43,6% وكذا كل من منفتح، مثقف، وملتزم دينيا، غير أنه هناك بعض المبحوثين ممن يأملون أن يبدون للآخرين كما هم في الواقع الحقيقي لا غير حيث بلغت نسبتهم 4,9%، كما اشتملت العينة أيضا على البعض الآخر ممن لا يهدفون بتاتا إلى رصد أي انطباع لدى الآخرين حول شخصيتهم وقد قدرت نسبتهم ب3,6%.

تدل كل هذه البيانات أن فئة من المبحوثين يقومون بالتمثل للآخرين بما لا يتصفون به في الواقع؛ فالفايسبوك وفقا لهذا قد أتاح لهم فرصة اصطناع الشخصية، وهذا ما أكدت عليه الباحثة توركل (Sherry Turkele) التي أشارت إلى أن "الذات يتم بناؤها في المجتمعات الافتراضية"، فالأمر هنا وارد، فحسبها "أن نستخدم شبكة الإنترنت يعني أن نبتدع ذاتنا على نحو متواصل فأنت ما تزعم أنك عليه، وهويتك على الحاسوب هي محصلة حضورك المشتت، ذلك أن هويتك شديدة المرونة والتعدد، إلى الدرجة التي تجعل الهوية ذا حدود فضفاضة، هذا خلافا لما كانت عليه الهوية من ثبات، فردية وموثوقية، فالهوية على إثر استخدام الإنترنت -كما تراها هذه الباحثة- هي متعددة وقابلة للاصطناع، والمراجعة مرارا وتكرارا، ولممارسات الذات عبر الإنترنت طابع مختلف ومتغير فالسؤال هو ليس من أنا؟ بل من ذاتي؟¹، فالشخص بهذا في الشبكات الاجتماعية لا يملك هوية رقمية واحدة وإنما إمكانية التعدد موجودة، وهذا على إثر القدرة الكبيرة على التحكم التي يملكها الفرد عبر الفاييسبوك تحديدا، خاصة في ظل عدم وجود الهوية البصرية والتفاعلات المباشرة في بعض الأحيان، ويكون هذا التصنع بغية لعب أدوار مختلفة، أو للتمكن من الدخول في غمار

¹ دارن بارني، المجتمع الشبكي مرجع سبق ذكره، ص163. (بتصرف).

التفاعل الاجتماعي مع الآخرين بصور متنوعة، أو حتى لتحقيق غايات تواصلية أو للتلاعب بالآخرين، كما يمكن أن يكون هذا تبعا لأسباب أخرى.

ويهدف المبحوثون حسب ما توصلنا إليه من نتائج إلى إعطاء نظرة للآخرين بأنهم ايجابيون بالدرجة الأولى، وهذا ما ذهب إليه ريتشارد جنكينز (Richard Jenkins) حين ذكر بأن " الهوية التي تقوم على " القولية والتبسيط المعرفي " في العالم الافتراضي تهدف في الغالب إلى رسم صورة إيجابية عن الشخص¹.

❖ التحليل الكمي والكيفي للمحور الثالث:

جدول رقم 38: يربط بين متغير الجنس والفضاء الأمثل للثقة في النفس أثناء التفاعل:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	الإناث		الذكور		الاختيارات
		%	ت	%	ت	
36,8	184	29,5	80	45,4	104	وجها لوجه في الواقع
5,6	28	7,4	20	3,5	8	عبر الفايسوك فقط
57,6	288	63,1	171	51,1	117	حسب الشخص المتفاعل معه
100	500	100	271	100	229	المجموع

بناء على ما حمله هذا الجدول من بيانات نجد أن 57,6% من العينة الإجمالية تتوقف درجة ثقتهم في أنفسهم أثناء التفاعل على حسب الشخص المتفاعل معه، في حين أقل نسبة كانت لمن يشعرون بذلك عبر الفايسوك فقط وذلك ب5,6%، كما أنه لا توجد فروق بين الجنس وطبيعة الفضاء الأمثل بالنسبة للشباب الجزائري للثقة أثناء التفاعل، فكل من الذكور والإناث أقرروا بأن هذا الأمر يتوقف على طبيعة الشخص المتفاعل معه، ومن ثم التفاعل وجها لوجه في الواقع، والنسبة الأضعف كانت للثقة في التفاعل عبر الفايسوك، حيث ينفي هذا أن تواصل وتفاعل المبحوثين في هذا المجتمع الافتراضي تقف وراءه عوامل نفس-اجتماعية تتعلق بطبيعة تعاملهم مع الآخرين على أرض الواقع إلا بالنسبة لفئة قليلة جدا.

¹ David Buchingham, youth, identity, and digital media, op.cit, p 6. (بتصرف)

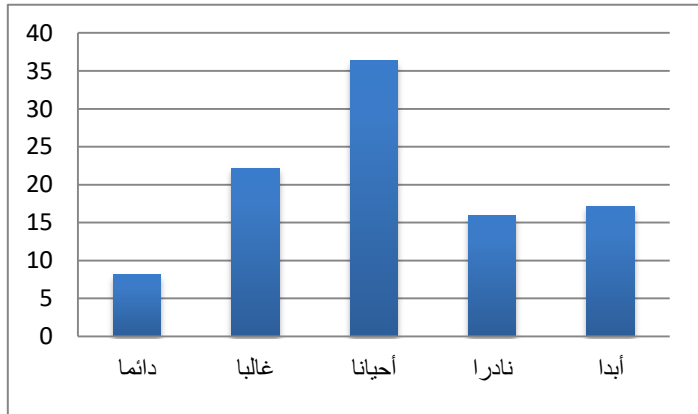
جدول رقم 39: يربط بين الأصدقاء المفضلين في التواصل فائسبوكيا لدى الشباب الجزائري وبين نظرتهم للعلاقات الافتراضية:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	بعضها جدي وبعضها عابر		جدية ومهمة في حياتي		عابرة وليست مهمة في حياتي		بالنسبة لي هي علاقات الأصدقاء المفضلين في التواصل فائسبوكيا مع أصدقائك الافتراضيين الذين لا تعرفهم في الواقع مع أصدقائك الذين تعرفهم في الواقع الحقيقي مع كليهما المجموع
		%	ت	%	ت	%	ت	
10,6	53	10,3	35	11,1	5	11,2	13	مع أصدقائك الافتراضيين الذين لا تعرفهم في الواقع
45,2	226	36,6	124	40	18	72,4	84	مع أصدقائك الذين تعرفهم في الواقع الحقيقي
44,2	221	53,1	180	48,9	22	16,4	1,9	مع كليهما
100	500	100	339	100	45	100	116	المجموع

يُظهِرُ لنا بشكل جلي من خلال هذا الجدول أن أغلب أفراد العينة الذين يرون أن علاقاتهم الافتراضية ليست مهمة بالنسبة لهم يفضلون التواصل عبر الفايسبوك مع الأصدقاء الذين يعرفونهم في الواقع الحقيقي وهذا بنسبة عالية قدرت بـ 72,4%، وهذا ما يدل على عدم تناقض إجابات المبحوثين، بينما 11,2% منهم يفضلون التواصل مع أصدقائهم الافتراضيين، في حين نجد أن من يعتبرون علاقاتهم الافتراضية هامة وجدية بالنسبة لهم، فإنهم يفضلون التواصل مع كليهما (الافتراضيين والواقعيين) فقد جاء هذا بنسبة 48,9%، وأضعف نسبة هنا كانت للافتراضيين فقط ونفس هذا التفضيل كان لمن ينظرون إلى علاقاتهم الافتراضية بأن بعضها جدي وبعضها عابر فهم يفضلون التواصل مع كليهما ومع الواقعيين بالدرجة الثانية.

إذن فالشباب الجزائري يميل إلى التواصل عبر الفايسبوك مع الأشخاص الحقيقيين الذين يعرفونهم مسبقا في مجتمعهم الواقعي، أي الذين يملكون معهم علاقات شخصية واجتماعية فعلية أكثر من التواصل مع الأصدقاء الافتراضيين، فهذا جاء بـ 45,2%، حيث لا يمكن أن يُخَصَرَ التفاعل في العلاقات الافتراضية فقط رغم أهمية وجودها بالنسبة لأفراد العينة (44,2%)، فنظرة هؤلاء المبحوثين هي التي تؤثر على طبيعة علاقاتهم مع الآخرين عبر الفايسبوك وهي التي تحدد توجههم نحوها، فما يُفسرُ هذا التقارب بين النسبتين هو اعتبار هؤلاء الشباب أن علاقاتهم الافتراضية مثلما من الممكن أن يكون بعضها جدي من الممكن من جهة أخرى أن يكون بعضها عابر (44,2%).

جدول رقم 40: مدى تعامل أفراد العينة مع الآخرين على أساس منشوراتهم في الفايسبوك:



الاحتمالات	التكرار	النسبة %
دائما	41	8,2
غالبا	111	22,2
أحيانا	182	36,4
نادرا	80	16
أبدا	86	17,2
المجموع	500	100

شكل رقم (20): مدى تعامل أفراد العينة مع الآخرين على أساس منشوراتهم في الفايسبوك

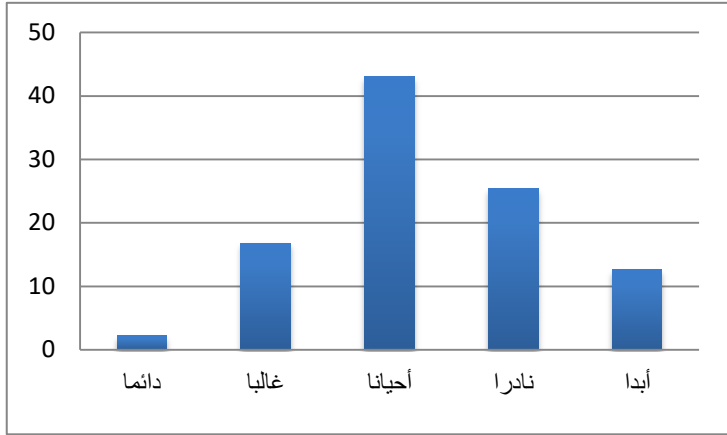
يتبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها أعلاه أن 36,4% من الشباب الجزائري يحكمون أحيانا على شخصية الآخرين على أساس منشوراتهم عبر الفايسبوك، كما نجد أن 22,2% غالبا ما يفعلون ذلك، في حين نجد أن 16% منهم يقومون بذلك نادرا.

فكما رأينا في أحد الجداول السابقة التي كانت تربط بين مدى تناقض شخصية المبحوثين مع الانطباع الذي يريدون تشكيله في ذهن الآخرين من خلال ما ينشرونه، فقد تبين أن أغلب من يشعرون بالتناقض بين شخصيتهم الواقعية والافتراضية يعمدون إلى محاولة رسم الانطباعات الايجابية لدى الآخرين من خلال ما ينشرونه، وهذه النتيجة المتوصل إليها من المفترض أن تجعل هؤلاء المبحوثين لا يتخذون موقفا حول شخصية الأفراد بناء على ما ينشرونه، لكننا نجدهم يتخذون الانطباع الأول حولهم بناء على تلك المنشورات، وهذا أحيانا بنسبة معتبرة مقارنة بمن يُقَرُون بأن تلك المنشورات لا تعطيم أي انطباع، هذا الأخير الذي حتى وإن كان يتشكل لديهم إلا إنهم قد لا يصدقونه.

ويدخل كل هذا ضمن ما يُعَرَفُ بإدارة الانطباع" التي أصبحت تتم افتراضيا أيضا فالصفحات الشخصية الرئيسية تقدم فرصا واضحة للوعي بعرض الذات؛ فالشخص من خلال صفحته الخاصة يمكن أن يصوغ بعناية صورته وراء الكواليس مما يجعل الخيارات المتاحة عديدة من حيث: كيف أعطي أفضل المعلومات عن ذاتي من خلال النص، الصور، الفيديوهات،... فضلا على الأخذ بعين الاعتبار المعلومات التي لا ينبغي الكشف عنها، وهذا كله قبل العرض العام، فمعظم

الباحثين أقرروا أن الصفحات الشخصية تُجسّد وتُوضّح عمليات عرض الذات، كما أكدوا أن استخدام هذه الصفحات يكون بغرض الإدعاء بهوية ما أو عرض هوية مزيفة¹، مما يقلل من مصداقية منشورات الأفراد في العالم الافتراضي.

جدول رقم 41: مدى ثقة المبحوثين في أصدقائهم الافتراضيين:



الاحتمالات	التكرار	النسبة %
دائما	11	2,2
غالبا	84	16,8
أحيانا	215	43
نادرا	127	25,4
أبدا	63	12,6
المجموع	500	100

شكل رقم (21): مدى ثقة المبحوثين في أصدقائهم الافتراضيين

تتباين آراء الشباب الجزائري المستخدم للفايسبوك حول مدى ثقتهم في الأصدقاء الافتراضيين الذين يتواصلون معهم، حيث نجد أن 43% منهم يتقون أحيانا فيهم، و25,4% نادرا ما يتقون في هؤلاء الأشخاص، أما أضعف نسبة فكانت لمن لا يتقون أبدا بما يعادل 12,6%.

البعض من أفراد العينة يتقون لكن بصفة متواترة، حيث لا يمكننا القول بأن الثقة لا وجود لها في المجتمعات الافتراضية بشكل نهائي؛ وذلك لأن العلاقات الافتراضية من الممكن أن تتحول إلى علاقات حقيقية، كما من الممكن أن تكون صادقة وإيجابية؛ ويتلاءم هذا مع نتائج العديد من الدراسات التي كانت تهتم بتبيان " دور الثقة في المجتمعات الافتراضية؛ كتلك التي أجراها الباحث آجرين، فعند سؤاله المشاركين في الجماعة الافتراضية التي أجرى عليها دراسته عن مقدار الثقة في المحادثات التي يجرونها في ما بينهم، تبين له أن هناك قدرا كبيرا منها بينهم، وقد تبين له أيضا أنه لا يوجد معلومات يتم تبادلها ولا معايير تلاحظ ولا سلطة متواجدة ولا توقعات ولا التزامات

¹ Chester Andrea, presenting self in cyberspace, op.cit, p 83.

ظاهرة دون وجود ثقة بين المشاركين في هذا النوع من المجتمعات¹، غير أن هذا لا ينفى أن هناك نسبة معتبرة ممن لا يثقون في الأشخاص الافتراضيين وهذا تبعا لإمكانيات المتاحة للتلاعب بالآخرين أو للكذب أين لا دليل على هوية الكثيرين هناك.

جدول رقم 42: يربط بين مدى ثقة الأفراد في أصدقائهم الافتراضيين وطبيعة بياناتهم في الفايسبوك:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	مزيفة		حقيقية		طبيعة البيانات الاحتمالات
		%	ت	%	ت	
2,2	11	1,7	1	2,3	10	دائما
16,8	84	10	6	17,7	78	غالبا
43	215	38,3	23	43,6	192	أحيانا
25,4	127	25	15	25,5	112	نادرا
12,6	63	25	15	10,9	48	أبدا
100	500	100	60	100	440	المجموع

من خلال هذا الجدول نجد أن 43,6% من المبحوثين الذي يضعون بياناتهم الحقيقية عبر الفايسبوك يثقون أحيانا في علاقاتهم الافتراضية بينما 25,5% منهم نادرا ما يثقون في الأشخاص الذين يتعاملون معهم افتراضيا، في حين نجد أن 38,3% من الشباب الذين يضعون بيانات مزيفة قد تساوت نسبة ثقتهم نادرا وأبدا ب25%.

وعلى أساس هذه البيانات نستطيع القول أن درجة ثقة الشباب الجزائري في علاقاتهم الافتراضية تؤثر على نمط البيانات التي يعرضونها عبر الفايسبوك، حيث تنخفض درجة الثقة لدى الأشخاص الذين يعتمدون تزيف بياناتهم الشخصية، أكثر من الذين يعرضون بيانات حقيقية رغم أن هؤلاء درجة ثقتهم أيضا تبقى نسبية، إلا أن هذا لا يعيق عملية كشف ذواتهم الفعلية للآخرين.

¹ حلمي ساري، التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 153.

جدول رقم 43: يربط بين مدى ثقة الأفراد في أصدقائهم الافتراضيين ومدى إقبالهم على نشر مجريات حياتهم اليومية:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	أبدا		أحيانا		دائما		مستوى النشر
		%	ت	%	ت	%	ت	
2,2	11	2,6	4	2,3	7	0	0	الاختيارات
16,8	84	13,7	21	16,2	50	33,33	13	دائما
43	215	40,5	62	45,5	140	33,33	13	غالبا
25,4	127	26,1	40	26	80	17,9	7	أحيانا
12,6	63	17	26	10,1	31	15,4	6	نادرا
100	500	100	153	100	308	100	39	أبدا
								المجموع

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن الذين يتقون بشكل دائم في الأشخاص الذين يتعاملون معهم افتراضيا يقبلون على عملية نشر يومياتهم بـ33,33% غالبا وكذا أحيانا، فالنسب جاءت هنا متساوية، وكما نجد أن الذين يتقون أحيانا في علاقاتهم الافتراضية يقبلون على النشر بـ45,5% أحيانا وبـ26% نادرا، في حين نجد أن المبحوثين الذين تتعدم ثقتهم في تلك العلاقات الافتراضية ينشرون ما يدور في حياتهم اليومية أحيانا بـ40,5%، وبـ26,1% نادرا.

فالملاحظ هنا أن مستوى الثقة يؤثر على مستوى النشر، فالذين ترتفع درجة ثقتهم في أصدقائهم الافتراضيين يرتفع لديهم مستوى نشر ما يدور في حياتهم اليومية عبر الفايسبوك بينما يقل هذا المستوى بالنسبة للذين تقل وتتعدم ثقتهم، غير أن ضعف الثقة أو انعدامها لا يُحدِثُ على الإطلاق قطيعة في النشر، حتى ولو انعدمت الثقة كليا.

جدول رقم 44: يربط بين مدى ثقة الأفراد في أصدقائهم الافتراضيين ومدى تعاملهم معهم على أساس منشوراتهم:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		مستوى الثقة الاختيارات
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
2,2	11	4,7	4	2,5	2	1,1	2	0,9	1	4,9	2	دائما
16,8	84	14	12	16,3	13	9,9	18	28,8	32	22	9	غالبا
43	215	32,6	28	32,5	26	52,7	96	42,3	47	43,9	18	أحيانا
25,4	127	18,6	16	38,8	31	25,8	47	22,5	25	19,5	8	نادرا
12,6	63	30,2	26	10	8	10,4	19	5,4	6	9,8	4	أبدا
100	500	100	86	100	80	100	182	100	111	100	41	المجموع

يُظهِرُ لنا هذا الجدول بأن المبحوثين الذين يضعون الثقة في علاقاتهم الافتراضية يتعاملون أحيانا مع أصدقائهم الافتراضيين بناء على ما يقومون بنشره عبر الفايسبوك وهذا بـ43,9% ويكون هذا لديهم غالبا وكثاني أعلى نسبة بـ22%، ويتخذ نفس الموقف الذين يتقون غالبا في هذا النمط من العلاقات، حيث يكون هذا أحيانا بـ42,3%، وغالبا بـ28,8%، في حين نجد أن الذين ينخفض عندهم مستوى الثقة يضعف احتمال أن يقوموا بتكوين الانطباعات حول الذين يتعاملون افتراضيا بناء على ما ينشرونه، وهذا ما نلاحظه بالنسبة الذين يتقون بصفة نادرة نادرا ما يقومون بتكوين تلك الانطباعات بنسبة 38,8% كأعلى نسبة، أما منعدمي الثقة فيقومون بذلك أحيانا بنسبة 32,6%، وبنسبة ليست بالبعيدة نجد أبدا بـ30,2%.

إذن هناك علاقة وطيدة بين عامل الثقة و بين تكوين الانطباعات على أساس ما ينشره الأشخاص عبر الفايسبوك، فكلما زادت الثقة كلما زاد الإيمان بالانطباعات التي يتم تكوينها وكلما تعامل الأفراد على أساس هذه التصورات المتشكلة بناء على المنشورات، والعكس صحيح.

جدول رقم 45: يربط بين مدى ثقة الأفراد في أصدقائهم الافتراضيين وتصوراتهم حول العلاقة بهم:

النسبة الكلية	المجموع الكلي	بعضها جدي وبعضها عابر		جدية ومهمة في حياتي		عابرة وليست مهمة في حياتي		بالنسبة لي هي علاقات الاحتمالات
		%	ت	%	ت	%	ت	
2,2	11	2,1	7	6,7	3	0,9	1	دائما
16,8	84	17,1	58	35,6	16	8,6	10	غالبا
43	215	46	156	40	18	35,3	41	أحيانا
25,4	127	25,7	87	11,1	5	30,2	35	نادرا
12,6	63	9,1	31	6,7	3	25	29	أبدا
100	500	100	339	100	45	100	116	المجموع

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن من يعتبرون علاقاتهم الافتراضية علاقات عابرة وغير مهمة في حياتهم يتقون أحيانا في أصدقائهم الافتراضيين بنسبة 35,3% وبنسبة متقاربة 30,2% منهم يتقون فيهم نادرا، أما من ينظر إلى تلك العلاقات بأن بعضها جدي وبعضها عابر فنجد مستوى الثقة يرتفع نوعا ما، حيث أن 46% يتقون في هؤلاء الأشخاص أحيانا، بينما جاء هذا بصفة نادرة بنسبة 25,7%، في حين نجد أن مستوى الثقة يرتفع كثيرا لدى المستخدمين الذين يعتبرون أن علاقاتهم الافتراضية مهمة وجدية في حياتهم، فهم أحيانا يتقون بنسبة 40% وغالبا ب35,6%.

من خلال التَّمَعُن في كل هذه البيانات السابقة نجد أن نظرة الأفراد للعلاقات الافتراضية تعتبر عاملا مؤثرا على درجة الثقة التي يضعونها فيهم، فكلما كانت النظرة جدية وذو قيمة بالنسبة لهم كلما ازدادت درجة الثقة والعكس صحيح.

جدول رقم 46: أسباب عدم ثقة الشباب الجزائري في الأصدقاء الافتراضيين:

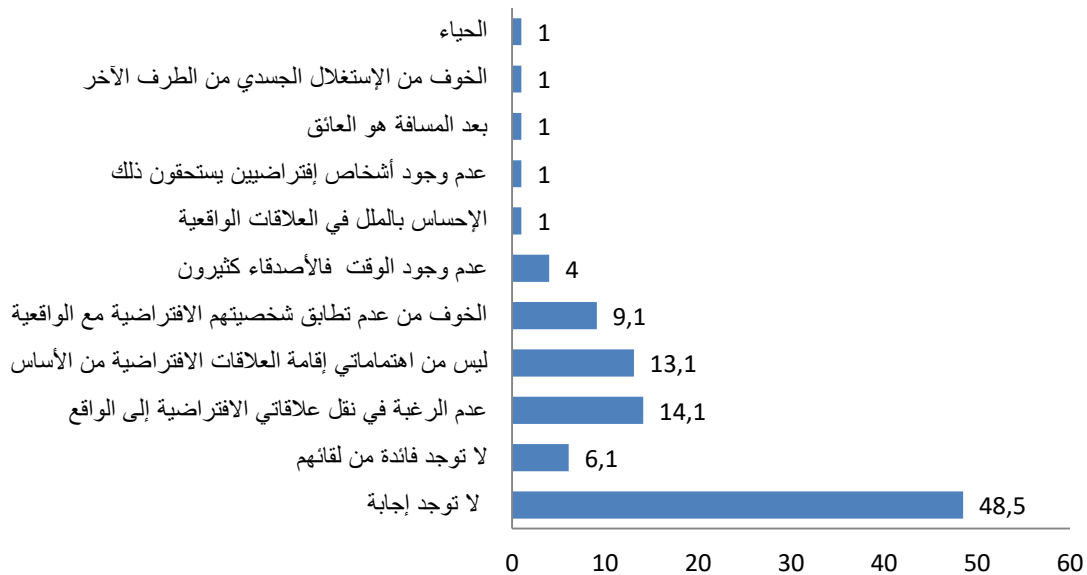
الأسباب	التكرار	النسبة
الخوف من الخداع والكذب	33	7,7
لأن منشوراتهم مزيفة ولا تعبر عن حقيقتهم	16	3,7
لأن الفايسبوك عالم افتراضي لا أساس له من الصحة	31	7,3
الثقة نسبية حتى في العلاقات الحقيقية فما بالك بالافتراضية	15	3,5
لأنني لا أعرفهم في الواقع الحقيقي	23	5,4
لأن بياناتهم الشخصية دائما مزيفة	14	3,3
لتغير صفات البعض مع الوقت	1	0,2
لا توجد إجابة	294	68,9
المجموع	427	100

لقد عرف هذا التساؤل الفرعي تجاهلا كبيرا من قبل أفراد العينة، ف68,9% منهم لم يقدموا إجابة حوله، أما في ما يتعلق بالدوافع التي تجعل الأفراد لا يثقون في الأشخاص الافتراضيين الذين يتواصلون ويتفاعلون معهم عبر الفايسبوك؛ فنجد أن أكبر نسبة منهم 7,7% تُرجعُ هذا الأمر إلى الخوف من الخداع والكذب، وهذا على اعتبار أن المجتمعات الافتراضية -كما سبق وأن ذكرنا- تفتح مجالا واسعا للتلاعب وإمكانية الكذب وتتيح فرص تكوين هويات مزيفة لا علاقة لها بالشخصية الحقيقية للأفراد، وقد تحدثنا عن هذا سابقا بالتفصيل، كما نجد أن 7,3% منهم يرجعون هذا إلى كون الفايسبوك عالم افتراضي بحت، في حين أن 5,4% يشيرون إلى أن عدم الثقة يعود إلى عدم المعرفة المسبقة بهؤلاء الأشخاص في الواقع الحقيقي، أما أقل نسبة هنا فقد قُدرت ب0,2% وكانت تتعلق بخلاصة تجربة بعض المستخدمين مع العلاقات الافتراضية، حيث يرجع السبب هنا إلى تغير صفات البعض مع مرور الوقت، فيتم اكتشاف أن الانطباع الأولي المُكوّن حول هؤلاء يختلف مع صورة الفرد بعد مرور فترة طويلة، فالشخصيات المصطنعة أو المُتخَيّلة من الممكن أن يتم اكتشافها فيما بعد جراء حدوث العديد من التناقضات.

جدول رقم 47: مدى رغبة أفراد العينة في لقاء أصدقائهم الافتراضيين:

النسبة الكلية الإيجابية	الجنس		نكور		إناث		النسبة الكلية
	ت	%	ت	%	ت	%	
نعم	192	83,8	204	75,3	396	79,2	
لا	37	16,2	67	24,7	104	20,8	
المجموع	229	100	271	100	500	100	

79,2% من الشباب الجزائري المستخدم للفايسبوك لا يمانع في لقاء الأصدقاء الافتراضيين بينما 20,8% منهم يرفضون ذلك، ويتقاسم هذا الموقف كل من الذكور والإناث حيث لا توجد فروق كبيرة في ذلك، ويُعزى رفض اللقاء في الواقع إلى عدة أسباب على رأسها عدم الرغبة في نقل العلاقات الافتراضية إلى الواقع والتي بلغت نسبتها 14,1%، وحيث أبدى هؤلاء ضرورة الفصل بين ما هو افتراضي وما هو واقعي وعدم التداخل بينهما، وكثاني سبب نجد أن فئة منهم ليس من اهتمامهم في الأساس إقامة العلاقات الافتراضية، وقد بلغت نسبتهم 13,1%، فهؤلاء ممن يهتمون بتوسيع علاقاتهم الواقعية ولا يبدون اهتماما للعلاقات الأخرى عبر الفايسبوك، إضافة إلى الخوف من الاصطدام بشخصيات مختلفة عن تلك التي يتعاملون معها افتراضيا وهذا ب 9,1%، إلى جانب العديد من الأسباب الأخرى والتي حاولنا تبيانها من خلال الشكل البياني الآتي:



شكل رقم (22): أسباب عدم رغبة المبحوثين في لقاء أصدقائهم الافتراضيين

جدول رقم 48: مدى تأثير الأصدقاء الافتراضيين على بعض أمور الحياة اليومية للمبحوثين:

الاختيارات	التكرار	النسبة %
دائماً	32	6,4
أحياناً	285	57
أبداً	183	36,6
المجموع	500	100

57% من المبحوثين يجزمون بأن الأصدقاء الافتراضيين الذين يتفاعلون معهم اجتماعياً عبر الفيسبوك يؤثرون على العديد من الأمور المتعلقة بحياتهم اليومية أحياناً، فمن الممكن إذن أن يؤثروا على طريقة تفكيرهم وعلى نمط معاملاتهم في المجتمع أو حتى يملكون القدرة على التأثير فيما يتعلق ببعض الأفكار التي كانت سائدة لديهم ومسلم بها من قبل، كما نجد 36,6% يرون بأن هذا لا يحدث أبداً، في حين أضعف نسبة كانت لمن يرون أن هذا يحدث دائماً وهذا ب 6,4% ذلك فاحتمالية التأثير بأفكار الآخرين ومواقفهم أو نصائحهم يكون أكبر من اللاتأثر.

جدول رقم 49: يربط بين الحجم الساعي للاستخدام ومدى تأثير الأصدقاء الافتراضيين على بعض أمور الحياة اليومية للمبحوثين:

مستوى الثقة / الاختيارات	أقل من ساعة		ساعة-ساعتين		3-4 ساعات		5 ساعات فما فوق		المجموع الكلي	النسبة الكلية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
دائماً	0	0	9	6,2	4	2,7	19	11,7	32	6,4
أحياناً	17	41,5	73	50	99	66	96	58,9	285	57
أبداً	24	58,5	64	43,8	47	31,3	48	29,4	183	36,6
المجموع	41	100	146	100	150	100	163	100	500	100

تُبرزُ البيانات المتحصل عليها في هذا الجدول أن قلبي الاستخدام يرون أن علاقاتهم الافتراضية لا تؤثر أبداً على اتجاهاتهم أو مجريات حياتهم اليومية وجاء هذا بنسبة معتبرة قدرت ب 58,5%، بينما نجد أن هذا التأثير قد ارتفع بالنسبة للذين يستخدمون الفيسبوك من 3 إلى 4 ساعات يومياً حيث بلغت النسبة هنا 66% أحياناً، وكذا بالنسبة للمفرطين في الاستخدام (5)

ساعات فما فوق)، فقد قدرت نسبة تأثرهم بعلاقتهم الافتراضية بـ 58,9% أحيانا. فالحجم الساعي المستغرق في استخدام الفايسبوك يعتبر عاملا مؤثرا على مدى تأثير العلاقات الافتراضية على بعض جوانب الحياة اليومية للشباب الجزائري المستخدم للفايسبوك، فالفرق هنا واضحة بين قلبي الاستخدام وكثيفي الاستخدام، فالذين يتميزون بقصر مدة استعمالهم للفايسبوك غالبا ما تكون علاقاتهم الافتراضية سطحية، بينما الذي يمضون وقتا طويلا في التفاعل يكون الأمر متاحا لهم أكثر من حيث التعمق في تلك العلاقات التي من الممكن أن تصل إلى درجة معتبرة من الثقة ومن الحوار والنقاش؛ بما يجعل الفرد يتأثر ببعض أفكار واتجاهات الآخرين في المجتمع الافتراضي فمما يجعل بعض المستخدمين في الأساس يكونون علاقات افتراضية هو إمكانية التحدث عن الحياة اليومية وعن مشاكلهم لآخرين غرباء وبعيدين عنهم، حيث يستطيعون التحدث بكل صراحة وأريحية، ومن دون الشعور بالحرج أو حتى وجود أي قيود اجتماعية، وليس بدافع الفضفضة فقط وإنما بغية الاستفادة أيضا من نصائح وآراء الآخرين، تجاربهم وخبراتهم الحياتية أو الحاجة إلى معرفة مواقف الآخرين من أجل تدعيم مواقفهم الفردية.

❖ التحليل الكمي والكيفي للمحور الرابع:

جدول رقم 50: ثبات بنود مقياس الاندماجية:

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,722	16

قامت الباحثة من أجل التحقق من ثبات بنود مقياس الاندماجية باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's)، حيث كان هناك 27 بنود تم الاستغناء عن 11 منها، وهذا بعد الاطلاع على نتائج الثبات في حالة حذف تلك البنود (Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément)، وبالتالي أصبح المقياس يتضمن 16 بنود فقط، حيث بلغت نسبة الثبات 72,2%، وهي نسبة مقبولة إلى حد كبير إحصائيا.

جدول رقم 51: الاتساق الداخلي بين بنود مقياس الاندماجية:

البنود	درجة الارتباط حسب معامل بيرسون	درجة الدلالة
الفايسبوك جعلني		
أهتم بمختلف القضايا والأخبار التي تهتم المجتمع الجزائري أكثر من ذي قبل	,176**	,000
أهتم بمختلف القضايا التي تهتم الشأن العالمي أكثر من المحلي	,343**	,000
أقرب من أصدقائي الذين أعرفهم في الواقع أكثر من ذي قبل	,212**	,000
أحس بالعزلة في المجتمع الواقعي الحقيقي	,575**	,000
أوسع من علاقاتي الاجتماعية الواقعية	,293**	,000
أفضل الحياة الافتراضية على الحياة الواقعية	,490**	,000
أعتبر أن العالم الافتراضي هو بديل عن العالم الواقعي بالنسبة لي	,465**	,000
أحس بالافتقار والوحدة في حياتي	,565**	,000
أتجنب المشاركة في المناسبات الحياتية	,526**	,000
أحلم بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر	,549**	,000
أحس بالتذمر وعدم الرضا عن الواقع المعاش	,526**	,000
أحس أنني مندمج أكثر في المجتمع الجزائري	,316**	,000
جعلني أفقد القدرة على المحاوره والتحدث مع الآخرين في الواقع الحقيقي	,513**	,000
جعلني أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية	,568**	,000
أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي اليومية الواقعية	,429**	,000
الفايسبوك جعلني أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي	,571**	,000

درجة دلالة الارتباط تكون على مستوى 0,01

درجة دلالة الارتباط تكون على مستوى 0,05

كما نلاحظ من خلال الجدول أعلاه فإن أغلب البنود جاءت ذات ارتباط شديد بالمحور وذو دلالة قوية، حيث أن مختلف البيانات المتحصل عليها في هذا الجدول قد أُثبِتَتْ بنجمتين (***) وهذا يدل على ذلك الارتباط الشديد سواء بين العبارات في ما بينها أو مع المحور ككل، لا سيما أن درجة الدلالة الخاصة بكل عبارة جاءت قوية جدا عند مستوى 0,000.

جدول رقم 52: حساب مجموع التكرارات والنسب المئوية الكلية وكذا المتوسط العام والخاص بكل عبارة:

المتوسط	غير موافق	محايد	موافق	/	الرقم	بفضل الفايسبوك أصبحت
2,52	71	97	332	ت	1	أهتم بمختلف القضايا والأخبار التي تهتم المجتمع الجزائري أكثر من ذي قبل
	14,2	19,4	66,4	%		
2,23	223	168	109	ت	2	أهتم بمختلف القضايا التي تهتم الشأن العالمي أكثر من المحلي
	44,6	33,6	21,8	%		
2,30	133	84	283	ت	3	أقترب من أصدقائي الذين أعرفهم في الواقع أكثر من ذي قبل
	26,6	16,8	56,6	%		
2,41	303	101	96	ت	4	أحس بالعزلة في المجتمع الواقعي الحقيقي
	60,6	20,2	19,2	%		
2,43	96	91	313	ت	5	أوسع من علاقاتي الاجتماعية الواقعية
	19,2	18,2	62,6	%		
2,67	385	67	48	ت	6	أفضل الحياة الافتراضية على الحياة الواقعية
	77	13,4	9,6	%		
2,62	361	87	52	ت	7	أعتبر أن العالم الافتراضي هو بديل عن العالم الواقعي بالنسبة لي
	72,2	17,4	10,4	%		
2,55	351	73	76	ت	8	أحس بالاكئاب والوحدة في حياتي
	70,2	14,6	15,2	%		
2,55	352	71	77	ت	9	أتجنب المشاركة في المناسبات الحياتية
	70,4	14,2	15,4	%		
2,07	229	79	192	ت	10	أحلم بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر
	45,8	15,8	38,4	%		
2,11	234	88	178	ت	11	أحس بالتذمر وعدم الرضا عن الواقع المعاش
	46,8	17,6	35,6	%		
2,08	167	126	207	ت	12	أحس أنني مندمج أكثر في المجتمع الجزائري
	33,4	25,2	41,4	%		
2,59	363	69	68	ت	13	جعلني أفقد القدرة على المحاوراة والتحدث مع الآخرين في الواقع الحقيقي
	72,6	13,8	13,6	%		
2,67	390	56	54	ت	14	جعلني أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية
	78	11,2	10,8	%		
2,44	324	72	104	ت	15	أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي اليومية الواقعية
	64,8	14,4	20,8	%		
2,50	338	76	86	ت	16	الفايسبوك جعلني أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي
	67,6	15,2	17,2	%		
2,41	4320	1405	2275	ت	النتيجة	
	54	17,56	28,43	%		

من خلال استخراج التكرارات والنسب المئوية وكذا حساب درجات الشدة والمتوسطات الحسابية الخاصة بكل عبارة، ومن ثم استنباط المتوسط الحسابي العام لكل المقياس والذي بلغت قيمته 2,41%، يمكننا القول بأن الاتجاه هنا يعتبر ايجابيا قويا لأنه يندرج ضمن المسافة من 2,33 حتى 2,66، والاندماج هنا جاء لصالح المجتمع الواقعي على حساب المجتمع الافتراضي أي بمعنى أن الفايسبوك ساهم في اندماج الشباب الجزائري في مجتمعهم الواقعي أكثر مما جعلهم يحسون بالاغتراب الاجتماعي أو الانفصال عن العالم الواقعي أو الانغماس في كل ما هو افتراضي، وهذا ما سنحاول التعمق في تحليله من خلال ما سيأتي من عناصر وجداول خاصة من حيث ضرورة احتساب الفروق الدلالية التي تحدث بفعل تأثير المتغيرات في ما يختص ببعض العبارات أو المحاور.

- دراسة العلاقة بين المتغيرات الأساسية للدراسة ومقياس الاندماجية:

لدراسة علاقة المتغيرات السوسيو-ديمغرافية بنود المقياس ولتبيان مدى تأثير هذه المتغيرات على كل جانب من جوانبه؛ قد عمدت الباحثة إلى مقارنة المتوسطات الحسابية وذلك باستخدام اختبار ت (T.TEST) للمتغيرات التي تشتمل على مجموعتين على الأكثر، وتحديدًا تم استخدام هذا الاختبار فيما يتعلق بمتغير الجنس (ذكر، أنثى) وبتغير المستوى المهني (عامل، عاطل عن العمل)، كما اعتمدت الباحثة على اختبار أنوفا (ANOVA) في تحليل المتغيرات التي تشتمل على 3 مجموعات أو أكثر، وقد سبق كل هذا تصنيف البنود ضمن محاور فرعية والتي تصب في نفس السياق على النحو الآتي:

جدول رقم 53: تصنيف بنود المقياس إلى محاور فرعية:

الرقم	المحور الفرعي	البنود
1	دور الفايسبوك في ربط الشباب الجزائري بقضايا مجتمعهم الواقعي	2-1
2	تأثير الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية الواقعية للشباب الجزائري.	9-8-5-4-3
3	تفضيل التواجد بالنسبة للشباب الجزائري ما بين العالم الافتراضي والواقعي	7-6
4	تأثير الفايسبوك على تصورات المبحوثين حول محيطهم الاجتماعي	16-12-11-10
5	مسألة تأثير الفايسبوك على قيم ومعايير الشباب الجزائري.	15-14-13

ملاحظة:

سَتَعْمَدُ الباحثة إلى إدراج الجداول الإحصائية وقراءتها، ومن ثم سَتُرْفِقُهَا في نهاية كل محور بالتحليل والمناقشة التي سوف تُقَدِّمُ بناء على مختلف البيانات الإحصائية التي حملتها هذه الجداول وبناء على الملاحظات والاستنتاجات التي تم التوصل إليها على إثر الربط بين المتغيرات فيما يختص بكل محور على حدى.

1-تحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة وبين دور الفايسبوك في ربط الشباب الجزائري بقضايا مجتمعه أو عزلهم عنه:

قد تبين من خلال استخدام اختباري **T.Test &ANOVA** أنه لا توجد فروق دلالية بين مدى جعل الفايسبوك الشباب الجزائري يهتم ويتابع قضايا مجتمعه أو مدى جعلهم يهتمون بما هو عالمي على حساب المحلي وبين كل من متغير الجنس، المستوى المعيشي، المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية، وكذا المستوى المهني، حيث تعتبر هذه المتغيرات غير مؤثرة على اتجاهات أفراد العينة، بينما يعتبر متغير السن وعدد ساعات الاستخدام متغيرين مؤثرين في تلك الاتجاهات وهذا ما تبرزه الجداول التالية:

جدول رقم 54: يربط بين متغير الجنس وبين المحور الفرعي الأول:

البنود	المتوسط الحسابي	قيمة T	د. الدلالة
الفايسبوك جعلني	ذكور	2,50	0,578
	إناث	2,54	
أهتم بمختلف القضايا والأخبار التي تخص المجتمع الجزائري أكثر من ذي قبل	ذكور	2,21	0,551
	إناث	2,25	

كما نلاحظ من خلال هذا الجدول لا توجد فروق كبيرة بين الذكور والإناث بالنسبة لكلتا العبارتين، حيث أن درجة الدلالة في العبارة الأولى قد جاءت أكثر من 0,005، فقد بلغت 0,578 (بقيمة ت-557-)، ونفس الأمر مع العبارة الثانية التي قُدرت فيها درجة الدلالة ب0,551 (قيمة ت ب-597-)، فكل من الذكور والإناث لديهما نفس الاتجاه، والذي مفاده بأن الفايسبوك قد جعل

الشباب الجزائري يهتم ويتابع الأحداث والأخبار التي تختص بمجتمعه أكثر من ذي قبل وبأن تركيزهم لم يتحول إلى الاهتمام بقضايا العالم على حساب أخبار بيئتهم المحلية.

جدول رقم 55: يربط بين متغير المستوى التعليمي وبين المحور الفرعي الأول:

البنود	المتوسط الحسابي	قيمة Df	قيمة F	د. الدلالة
الفايسبوك جعلني	إبتدائي	2	2,541	0,080
	ثانوي			
	جامعي			
أهتم بمختلف القضايا والأخبار التي تخص المجتمع الجزائري أكثر من ذي قبل	إبتدائي	2	0,786	0,456
	ثانوي			
	جامعي			

تشير قيم Df إلى درجة الحرية

لا توجد فروق ذو دلالة إحصائية بين متغير المستوى التعليمي وبين عبارات المحور الأول ففيما يتعلق بالعبرة الأولى فقد قدرت درجة الدلالة ب0,080 تبعا لقيمة ف التي قدرت هنا ب2,541، أما العبرة الثانية فدرجة الدلالة قدرت ب0,456 تبعا لقيمة ف التي بلغت 0,786، حيث أن السن لا يعتبر عاملا مؤثرا على كلتا العبارتين.

جدول رقم 56: يربط بين متغير المستوى المعيشي وبين المحور الفرعي الأول:

البنود	المتوسط الحسابي	قيمة Df	قيمة F	د. الدلالة
الفايسبوك جعلني	ممتاز	3	0,627	0,598
	جيد			
	متوسط			
	متدني			
أهتم بالقضايا التي تخص الشأن العالمي أكثر من المحلي	ممتاز	3	0,358	0,783
	جيد			
	متوسط			
	متدني			

فيما يختص بالعلاقة بين متغير المستوى المعيشي وبنود المحور الأول، فقد كانت البيانات المتحصل عليها غير دالة إحصائياً بشكل كبير، فقد بلغت درجة الدلالة في العبارة الأولى 0,598 وقيمة ف قدرت هنا بـ 0,627 وفي العبارة الثانية بلغت درجة الدلالة قيمة 0,783، وقيمة ف جاءت بـ 0,358، فكما نلاحظ من خلال هذه البيانات درجات الدلالة كانت أكبر من 0,005 وبالتالي لا يعتبر متغير المستوى المعيشي عاملاً مؤثراً على هذا المحور أيضاً.

جدول رقم 57: يربط بين متغير الحالة الاجتماعية والمحور الفرعي الأول:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود
			أعزب	متزوج	
0,690	0,371	2	2,51	أعزب	أهتم بمختلف القضايا والأخبار التي تخص المجتمع الجزائري أكثر من ذي قبل
			2,56	متزوج	
			2,75	مطلق	
0,066	2,740	2	2,20	أعزب	أهتم بالقضايا التي تخص الشأن العالمي أكثر من المحلي
			2,31	متزوج	
			2,23	مطلق	

على غرار المتغيرات السابقة لا يعتبر متغير الحالة الاجتماعية مؤثراً على بنود المحور الأول، حيث بلغت درجة الدلالة بالنسبة للعبارة الأولى 0,690 وقيمة ف بـ 0,371، وفي العبارة الثانية قدرت درجة الدلالة بـ 0,066 وقيمة ف بـ 2,740، فالفرق هنا لا تعتبر كبيرة بفعل هذا المتغير.

جدول رقم 58: يربط بين متغير المستوى المهني والمحور الفرعي الأول:

د. الدلالة	قيمة T	المتوسط الحسابي		البنود
		عامل	عاطل عن العمل	
0,909	0,114	2,53	عامل	أهتم بمختلف القضايا والأخبار التي تخص المجتمع الجزائري أكثر من ذي قبل
		2,52	عاطل عن العمل	
0,343	0,950	2,26	عامل	أهتم بالقضايا التي تخص الشأن العالمي أكثر من المحلي
		2,19	عاطل عن العمل	

يبين لنا اختبار T.TEST هنا بأنه لا توجد أية فروق بين العاملين وغير العاملين وبين مدى جعل الفيسبوك المبحوثين يهتمون بقضايا وأحداث مجتمعهم الواقعي، فالنتيجة هنا جاءت غير دالة إحصائياً فدرجة الدلالة بلغت 0,909 ونفس الأمر مع العبارة الثانية؛ فالعلاقة بين متغير المستوى المهني وبين مدى جعل الشباب يهتمون بكل ما هو عالمي على حساب المحلي، جاءت غير دالة إحصائياً، حيث قُدرت درجة الدلالة بـ0,343.

جدول رقم 59: يربط بين متغير السن وبين المحور الفرعي الأول:

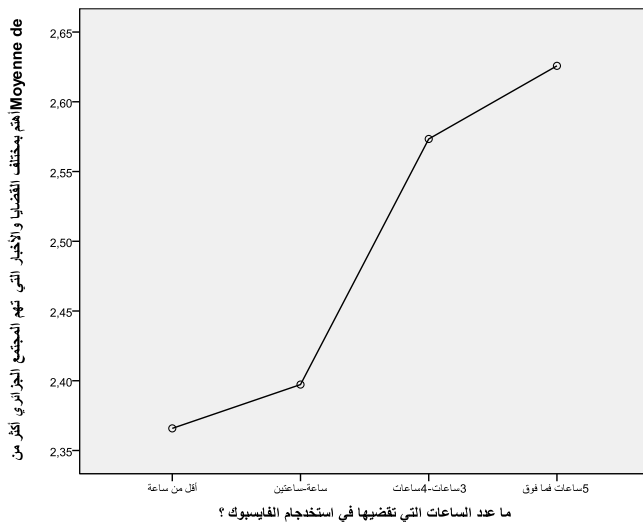
البند	المتوسط الحسابي	قيمة Df	قيمة F	د. الدلالة
الفيسبوك جعلني	22-18	2	1,119	0,328
	26-23			
	36-27			
أهتم بالقضايا التي تخص الشأن العالمي أكثر من المحلي	22-18	2	4,941	0,007
	26-23			
	36-27			

يُبرر لنا اختبار ANOVA من خلال هذا الجدول أنه لا توجد فروق بين متغير السن وبين العبارة الأولى والتي بلغت درجة دلالتها 0,328 تبعا لقيمة ف 1,119، في حين نجد أن هذا المتغير يعتبر عاملا مؤثرا فيما يختص بالعبارة الثانية حيث نجد أن هناك فروقا بين الفئات العمرية وبين مدى اهتمام الشباب الجزائري بتتبع قضايا الشأن العالمي أكثر من المحلي، والفرق يقع هنا على مستوى الفئة ما بين 18-22 سنة؛ حيث جاء المتوسط الحسابي الخاص بها أقل بكثير من باقي متوسطات الفئات الأخرى، وبالرجوع إلى النسب المؤوية وجدنا بأن النسبة الأغلب من الشباب اليافع لم يكن رأيهم واضحا ومحددا في ما يختص بهذه العبارة، حيث أن اتجاههم كان محايدا وبأعلى نسبة 43,9%، وكما كان هناك تقارب بين نسبة المعارضين والمؤيدين لهذه العبارة فنسبة الموافقة قد قدرت بـ29% مقابل 27% لغير الموافقين على ذلك، في حين نجد أن الشباب من ذوي الفئات العمرية الأخرى كان موقفهم واضحا فهم لا يوافقون إلى حد كبير على أن الفيسبوك جعلهم يهتمون بالأخبار العالمية والأحداث التي تخص الدول الأخرى على حساب مجتمعهم المحلي.

جدول رقم 60: يربط بين متغير عدد ساعات الاستخدام وبين المحور الفرعي الأول:

البنود	المتوسط الحسابي	قيمة Df	قيمة F	د. الدلالة
الفايسبوك	أقل من ساعة	3	3,430	0,017
	ساعة-ساعتين			
	3ساعات- 4ساعات			
	5 ساعات فما فوق			
جعلني	أقل من ساعة	3	1,293	0,276
	ساعة-ساعتين			
	3ساعات- 4ساعات			
	5 ساعات فما فوق			

يمكن القول على أساس البيانات المتحصل عليها في هذا الجدول أنه هناك فروق بين متغير حجم أو مدة استخدام الفايسبوك وبين العبارة الأولى، فالنتيجة كانت هنا دالة إحصائية حيث قُدرت قيمة درجة الدلالة بـ 0,017 وقيمة ف قدرت بـ 3,430، كما نجد أن أعلى متوسط حسابي كان لمن يستغرقون 5 ساعات فما فوق في استخدام الفايسبوك وهذا بـ 2,63 بما يعادل (73%) بينما أقل متوسط كان لمن يستغرقون من ساعة إلى ساعتين فقط: 2,37 بما يعادل (58%)، فالملاحظ هنا أنه كلما زادت مدة الاستخدام كلما زادت درجة اهتمام الأفراد بالقضايا والأحداث التي تدور في مجتمعهم أكثر فأكثر، وهذا ما يوضحه بشكل جلي الشكل البياني الآتي:



شكل رقم (23): العلاقة بين الحجم الساعي لاستخدام الفايسبوك ومدى الاهتمام بالقضايا والأخبار التي تخص المجتمع الجزائري

مناقشة:

على أساس كل ما سبق من جداول وبيانات إحصائية نجد أن الاتجاه العام يُشيرُ إلى أن الفاييسبوك قد عمل على جعل الشباب الجزائري يَطْلَعُونَ ويهتمون بالقضايا والأحداث التي تدور في مجتمعهم المحلي بشكل أكثر من ذي قبل، وذلك بنسبة 66,4%، ولم يتم بتحويل اهتمامهم نحو الشأن العالمي على حساب معرفتهم بما يدور في واقعهم الفعلي، فهم لا يوافقون بأن الفاييسبوك قد نجح في عولمتهم إعلامياً؛ وهذا بـ 44,6% وإنما على العكس من ذلك.

فالفاييسبوك اليوم أصبح الوسيط الأمثل لتلقي المضامين الإعلامية حول المجتمع المحلي لدى الشباب الجزائري على حساب الوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى، هذه الأخيرة التي كانت تُهمِّشُ هؤلاء الشباب في مختلف محتوياتها، كما لم تكن تتيح لهم حرية التعبير عن كل آرائهم ومشاكلهم الاجتماعية إلا في حالات نادرة؛ هذا ما كان يدفع الشباب إلى تجاهل الإعلام الجزائري بمختلف وسائله والاتجاه نحو الإعلام العربي والغربي لتلبية ذلك النقص، أو لتحقيق الهروبية من الواقع الاجتماعي، مما كان يُنتجُ العديد من المشاكل على الصعيد الاجتماعي والنفسي وكذا الفكري.

فحسب الدكتور "محمد لعقاب وبناء على إحدى التقارير المحلية فإن 93% من الشباب غير راضين عن الإعلام الجزائري الموجه لهم، فوفقاً له قبل الانفتاح في مجال السمي البصري نكاد لا نُقرِّقُ بين المضامين الموجهة للشباب مثلاً في التلفزيون الجزائري وبين الإعلام العام، فالإعلام الشباني كان يعرف خلا واضحاً؛ خاصة من حيث تعامل وسائل الإعلام مع مشكلات الشباب من خلال: ضعف المحتوى، والأسلوب، مع تنميط المضامين حيث أنه كان:

- يميل نحو الترفيه.
- إعلام فني يركز على المشاهير الفنية والكليبات الغنائية، وعادة ما تأخذ شكل صحافة الإثارة.
- إعلام رياضي.
- البرامج موسمية مناسبة تتطرق إلى البطالة أو الانحراف أو المخدرات.
- برامج العروض الواقعية.

- غياب الإعلام التربوي الذي يستهدف فئة الشباب المتمدرسين.
- أسلوب الإثارة.
- إعلام تجاري هدفه الربح.
- عدم الاستمرارية أو الاحتكام إلى الدراسات العلمية.
- كان يركز الإعلام على عرض صور سلبية عن الشباب¹.

كل ما سبق أدى إلى عدم المبالاة بتلك المضامين الإعلامية، وهذا ما جعل الشباب الجزائري مُغَيَّبًا عما يحدث في مجتمعه، لكن مع ظهور الإعلام الجديد وتحديداً من خلال الشبكات الاجتماعية وعلى رأسها الفايسبوك أصبح الشباب يتابع ويهتم بما يدور في المجتمع الجزائري والمستحدث هنا هو إمكانية التفاعل وإبداء الآراء بكل حرية، وليس هذا فقط؛ بل أصبح بإمكان هؤلاء الشباب المشاركة في إنتاج هذه المضامين الإعلامية في ظل وجود صحافة المواطن، حيث يستطيعون بهذا طرح مختلف انشغالاتهم وفتح النقاش حول المواضيع الحقيقية (الاجتماعية والسياسية والثقافية...) التي تمس حياتهم اليومية، فهؤلاء الشباب قد وجدوا ضالتهم في هذا الفضاء الإلكتروني الذي أتاح لهم ما لم يكن متاحاً من قبل في وسائل الإعلام التقليدية، من حرية في التعبير وطرح للقضايا المختلفة ومناقشتها والتفاعل مع مختلف الأطراف أو الفاعلين أو المشاركين في هذه البيئة الإلكترونية؛ مما جعل العديد من الباحثين يجزمون بأن هذه المجتمعات الافتراضية قد جسدت مفهوم "المجال العام" الذي قدمه هابرماس في وقت مضى والذي يُعْتَبَرُ بدوره عاملاً ضاعطاً لتحقيق التغيير في المجتمع.

"فهذا الفضاء العام قد سمح للأفكار المخالفة لفكر السلطة بأن تظهر وتتنافس معها، ويرى في هذا الصدد باسم الطويسي أن التطبيقات الإعلامية للتكنولوجيات الجديدة عملت على إعادة إنتاج "المجال العام المفتوح" الذي يتأسس بتوسيع الفرص أمام الجمهور للوصول إلى المعلومات والحصول عليها، وكذا المشاركة في إنتاجها وإبداء الآراء والمواقف حولها، وبالتالي لعب دور حيوي

¹ محمد لعقاب، قضايا ساخنة في الإعلام والإسلام والثقافة، ط2، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص.ص 83-85.

ومؤثر في تشكيل وبلورة الرأي العام متغلبة على قيود المجال العام التقليدي الذي لم يكن منفتحا بصورة كافية لمشاركة الجميع نتيجة قيود متعلقة بالتمويل والرقابة في وسائل الإعلام¹.

" فالمجتمعات الافتراضية تميزت بجرأتها في التداول وسرعة النشر، فهي ترفع من سقف الحرية، وهذا كله يعني أنها خلقت الديمقراطية في بلدان لم تعهدها من قبل، كما أنها فتحت عصرا جديدا فيما يتعلق بحرية التعبير، الأمر الذي وفر مدخلا مستقلا يطرح أمامنا واقعا جديدا يُمكنُ أن يقدم الوجه الآخر والرأي الآخر بمنتهى السهولة واليسر، ويقفز فوق حواجز تكميم الأفواه وإخفاء الحقائق وكتم الرأي في الصدور"².

وعلى إثر كل هذا نجد أن الشباب الجزائري أصبح يُحسُّ بأنه مندمج أكثر في المجتمع المحلي كنتيجة لإحساسه بأنه أصبح يملك قوة التأثير وتشكيل الرأي العام، وليس مفعولا به فقط حتى وإن كانت هذه الفعالية تقتصر في الكثير من الأحيان على طرح المواضيع وإبداء الآراء دون تحويل هذا الفعل إلى العالم الواقعي والاكتفاء بما هو افتراضي كوسيط بينه وبين الدولة والمسؤولين، ويعتبر الحجم الساعي للاستخدام من أكثر المتغيرات المؤثرة على مدى اهتمام الشباب الجزائري بما يدور في مجتمعهم، فكلما كان الاستخدام أكبر كلما كان الاطلاع والاهتمام أكثر من ذي قبل، فالاطلاع هنا يصبح تداوليا، ويزيد الاهتمام بهذا الاطلاع مع مرور الوقت، فبهذا يساهم الفايسبوك في دمج هؤلاء الشباب في عمق الوضع الاجتماعي، حيث يتحقق هذا بالنسبة للمفرطين في الاستخدام أكثر من غيرهم، فمراقبة ما يحدث في البيئة الاجتماعية من خلال هذا الفضاء الافتراضي يزيد من احتمالية تأثيره على التصورات حول الواقع المعاش، خاصة إذا كان هؤلاء المستخدمين يكتفون بالفايسبوك فقط كمصدر للمعلومات.

¹ نها السيد عبد المعطي، صحافة المواطن، مرجع سبق ذكره، ص 147.

² جمال غيطاس، الصحافة الإلكترونية في المؤتمر الرابع للصحفيين:

<http://www.geocities.com/askress2009>

2- تحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة وبين تأثير الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية الواقعية للشباب الجزائري:

قد تبين من خلال استخدام اختبار **ANOVA & T.TEST** أنه لا توجد فروق دلالية بين مدى تأثير الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لأفراد العينة وبين كل من متغير المستوى المعيشي، الحالة الاجتماعية وكذا المستوى المهني، والمستوى التعليمي، غير أن كلاً من متغير الجنس، السن، وعدد ساعات استخدام الفايسبوك تعتبر عوامل مؤثرة على هذا الجانب الاجتماعي الهام في حياة الشباب وهذا ما تُعبرُ عنه الجداول الآتية:

جدول رقم 61: يربط بين متغير المستوى التعليمي وبين المحور الفرعي الثاني:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البند
0,141	1,968	2	3,00	إبتدائي	أقرب من أصدقائي الذين أعرفهم في الواقع أكثر من ذي قبل
			2,52	ثانوي	
			2,28	جامعي	
0,163	1,823	2	1,00	إبتدائي	أحس بالعزلة في المجتمع الواقعي الحقيقي
			2,34	ثانوي	
			2,42	جامعي	
0,159	1,844	2	3,00	إبتدائي	أوسع من علاقاتي الاجتماعية الواقعية
			2,64	ثانوي	
			2,41	جامعي	
0,642	0,444	2	2,00	إبتدائي	أحس بالوحدة في حياتي
			2,61	ثانوي	
			2,55	جامعي	
0,357	1,032	2	3,00	إبتدائي	أتجنب المشاركة في المناسبات الحياتية
			2,41	ثانوي	
			2,56	جامعي	

كما نلاحظ من خلال هذا الجدول لا يوجد تأثير للمستوى التعليمي على مدى تأثير الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لأفراد العينة، فمختلف النتائج جاءت غير دالة إحصائياً حيث أنها تفوق درجة 0,005، فهذا لا يؤثر على الاتجاه العام للمبحوثين نحو مختلف هذه العبارات هذا

الاتجاه الذي يعتبر ايجابيا بحيث يميل الشباب الجزائري إلى استبعاد تأثير الفايسبوك على علاقاتهم الاجتماعية سلبيا بل على العكس من ذلك، فهم يرون بأنه ساهم في تعزيز علاقاتهم الاجتماعية الواقعية وتوسيعها بدل جعلهم يحسون بالوحدة والعزلة في حياتهم الواقعية.

الجدول رقم 62: يربط بين متغير المستوى المعيشي والمحور الفرعي الثاني:

البنود	المتوسط الحسابي	قيمة Df	قيمة F	د. الدلالة
أقرب من أصدقائي الذين أعرفهم في الواقع أكثر من ذي قبل	ممتاز	3	0,247	0,863
	2,43			
	جيد			
	2,27			
أحس بالعزلة في المجتمع الواقعي الحقيقي	متوسط	3	0,522	0,667
	2,32			
	متدني			
	2,17			
أوسع من علاقاتي الاجتماعية الواقعية	ممتاز	3	1,812	0,144
	2,43			
	جيد			
	2,54			
أحس بالوحدة في حياتي	متوسط	3	1,307	0,271
	2,38			
	متدني			
	2,67			
أتجنب المشاركة في المناسبات الحياتية	ممتاز	3	1,599	0,198
	2,43			
	جيد			
	2,65			
	متوسط			
	2,51			
	متدني			
	2,33			

كل الدرجات جاءت غير دالة إحصائيا بالنسبة لكل العبارات الموجودة في هذا المحور، حيث بلغت قيمة درجة الدلالة في العبارة الأولى مثلا: 0,863، والثانية التي تتعلق بالإحساس بالعزلة في المجتمع الواقعي: 0,667 وكذا العبارة الثالثة بقيمة 0,144، ونفس الأمر مع العبارتين

الأخيرتين، حيث لا توجد فروق كبيرة تؤثر على اتجاه المبحوثين، ونلاحظ من خلال هذا الجدول أيضا أن المتوسط الحسابي الخاص بالمستوى المعيشي الممتاز جاء مرتفعا وهذا نظرا لعدم التناسب في فئات المتغير المعيشي، فالذين يعيشون ضمن مستوى ممتاز هم فئة قليلة جدا من أفراد العينة.

جدول رقم 63: يربط بين متغير الحالة الاجتماعية والمحور الفرعي الثاني:

البنود	المتوسط الحسابي	قيمة Df	قيمة F	د. الدلالة		
الفيسبوك جعلني	أقرب من أصدقائي الذين أعرفهم في الواقع أكثر من ذي قبل	2	0,392	0,676	أعزب	2,31
	متزوج				2,24	
	مطلق				2,50	
	أحس بالعزلة في المجتمع الواقعي الحقيقي	أعزب	2	1,398	0,248	2,39
		متزوج				2,54
		مطلق				2,50
	أوسع من علاقاتي الاجتماعية الواقعية	أعزب	2	0,610	0,543	2,44
		متزوج				2,43
		مطلق				2,00
أحس بالوحدة في حياتي	أعزب	2	2,354	0,096	2,52	
	متزوج				2,67	
	مطلق				3,00	
أتجنب المشاركة في المناسبات الحياتية	أعزب	2	1,820	0,163	2,52	
	متزوج				2,65	
	مطلق				3,00	

لا يعتبر متغير الحالة الاجتماعية عاملا مؤثرا على اتجاهات المبحوثين نحو كل العبارات المتضمنة في الجدول أعلاه، حيث أن كل درجات الدلالة جاءت بقيم أكبر من 0,005، مما يعني أنها غير دالة إحصائيا، مع العلم أن المتوسط الحسابي لفئة المطلقين جاء مرتفعا نظرا لعدم التناسب بين فئات المتغير ككل، وليس كنتيجة للعلاقة بين المتغيرين، فعلى سبيل المثال لا الحصر نجد العبارة الأولى قد قدرت قيمة الدلالة فيها ب0,676، وكذا العبارة الثانية ب0,248 ونفس الأمر مع بقية العبارات الأخرى.

جدول رقم 64: يربط بين متغير المستوى المهني والمحور الفرعي الثاني:

د. الدلالة	قيمة T	المتوسط الحسابي		البنود
		عامل	عاطل عن العمل	
0,527	0,632	2,32	عامل	أقرب من أصدقائي الذين أعرفهم في الواقع أكثر من ذي قبل
		2,28	عاطل عن العمل	
0,844	-1,196	2,41	عامل	أحس بالعزلة في المجتمع الواقعي الحقيقي
		2,42	عاطل عن العمل	
0,514	-0,653	2,41	عامل	أوسع من علاقاتي الاجتماعية الواقعية
		2,46	عاطل عن العمل	
0,122	1,548	2,60	عامل	أحس بالوحدة في حياتي
		2,50	عاطل عن العمل	
0,919	0,102	2,55	عامل	أتجنب المشاركة في المناسبات الحياتية
		2,55	عاطل عن العمل	

يمكن القول حسب ما جاء به هذا الجدول من بيانات إحصائية بأنه لا توجد فروق تكاد تذكر بين متغير المستوى المهني وكذا بنود المحور الثاني، حيث أن كل الدرجات جاءت غير دالة إحصائياً وإلى حد كبير، خاصة فيما يتعلق بالعبارة الثانية (أحس بالعزلة في المجتمع الحقيقي) والتي قدرت القيمة فيها ب 0,844، وكذا في ما يختص بالعبارة الأخيرة (أتجنب المشاركة في المناسبات الحياتية) والتي بلغت درجة دلالتها 0,919، فالعلاقة هنا بين المتغيرين لا تخضع للتأثير المتبادل بينهما.

جدول رقم 65: يربط بين متغير الجنس والمحور الفرعي الثاني:

البنود	المتوسط الحسابي	قيمة T	د. الدلالة
أقرب من أصدقائي الذين أعرفهم في الواقع أكثر من ذي قبل	ذكور	2,15	0,000
	إناث	2,42	
أحس بالعزلة في المجتمع الواقعي الحقيقي	ذكور	2,48	0,108
	إناث	2,52	
أوسع من علاقاتي الاجتماعية الواقعية	ذكور	2,33	0,008
	إناث	2,52	
أحس بالوحدة في حياتي	ذكور	2,54	0,722
	إناث	2,56	
أتجنب المشاركة في المناسبات الحياتية	ذكور	2,51	0,282
	إناث	2,58	

يتبين لنا من خلال هذا الجدول وبناء على ما جاء به اختبار T.Test من نتائج فإن متغير الجنس يؤثر على اتجاه الأفراد نحو عبارتين فقط من المحور الثاني، في حين أن الثلاث عبارات الأخرى لم تتأثر بهذا العامل، ويظهر الفرق تحديداً من خلال المتوسطات الحسابية على مستوى العبارة الأولى والتي مفادها "الفايسبوك جعلني أقرب من أصدقائي الذين أعرفهم في الواقع أكثر من ذي قبل" حيث فُدرت درجة الدلالة هنا بـ 0,000، حيث أنها تعتبر دالة إحصائية وبقوة فالمتوسط الحسابي للإناث بلغ 2,42 وهو عالي مقارنة بمتوسط الذكور الذي بلغ 2,15، فالفارق هنا هو لصالح الإناث، وهذا أيضاً بالنسبة لعبارة "الفايسبوك جعلني أوسع من علاقاتي الاجتماعية الواقعية" التي قدرت درجة دلالتها بـ 0,008، فهي أقل من 0,005 وبالتالي تعتبر دالة إحصائية، فمتوسط الإناث بلغ 2,52 بينما الذكور 2,33.

فحسب هذه البيانات عمل الفايسبوك على ربط الإناث بأصدقائهن الذين يعرفوهن في الواقع الحقيقي، ووسع من علاقاتهن الاجتماعية أكثر من الذكور، وهذا لا يعني أن كلا الجنسين لهما نفس الاتجاه حيث أن الأغلبية من الذكور توافق على كلتا العبارتين.

جدول رقم 66: يربط بين متغير السن والمحور الفرعي الثاني:

البنود	المتوسط الحسابي		قيمة Df	قيمة F	د. الدلالة	
الفايسبوك جعلني	أقرب من أصدقائي الذين اعرفهم في الواقع أكثر من ذي قبل	22-18	2,48	3,292	0,038	
		26-23	2,30			
		36-27	2,22			
	أحس بالعزلة في المجتمع الواقعي (الحقيقي)	22-18	2,34	2	1,666	0,190
		26-23	2,36			
		36-27	2,48			
	أوسع من علاقتي الاجتماعية الواقعية	22-18	2,46	2	0,220	0,803
		26-23	2,46			
		36-27	2,41			
	أحس بالوحدة في حياتي	22-18	2,40	2	6,751	0,001
		26-23	2,46			
		36-27	2,67			
أتجنب المشاركة في المناسبات الحياتية	22-18	2,41	2	2,372	0,094	
	26-23	2,58				
	36-27	2,59				

قد أحدث متغير السن تأثيراً على مستوى العبارة الأولى التي بلغت درجة دلالتها 0,038 حيث أنه كلما اتجهنا إلى الأقل سناً من الشباب الجزائري كلما زاد دور الفايسبوك في الاقتراب من الأصدقاء الواقعيين أكثر من ذي قبل، فالمتوسط الحسابي للفئة العمرية ما بين 22-18 قد قُدرَ بـ 2,48، بينما من يتراوح عمرهم من 27 حتى 36 سنة فقد بلغ المتوسط 2,22، أما التأثير الثاني لهذا المتغير فقد كان على مستوى العبارة "أحس بالوحدة في حياتي" التي بلغت درجة دلالتها 0,001 والفارق هنا جاء لصالح الفئة العمرية ما بين 27-36 التي قُدرَ متوسطها الحسابي بـ 2,67، هذا الأخير الذي يعتبر عالياً مقارنة مع متوسطات الفئتين العمريتين المتبقيتين، فدرجة عدم الموافقة على الإحساس بالوحدة على إثر استخدام الفايسبوك والتفاعل فيه جاءت قوية لدى الشباب البالغ، مقارنة مع بقية أفراد العينة الذين هم أيضاً لا يوافقون على ذلك لكن بنسب أقل

منهم، أما بقيت العبارات الأخرى فلا توجد فروق كبيرة بين الإناث والذكور في الاتجاه نحوها فقيمها جاءت غير دالة إحصائياً.

جدول رقم 67: يربط بين متغير عدد ساعات الاستخدام والمحور الفرعي الثاني:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود
0,263	1,331	3	2,17	أقل من ساعة	أقرب من أصدقائي الذين أعرفهم في الواقع أكثر من ذي قبل
			2,27	ساعة-ساعتين	
			2,25	3ساعات- 4ساعات	
			2,40	5 ساعات فما فوق	
0,030	3,013	3	2,46	أقل من ساعة	أحس بالعزلة في المجتمع الواقعي الحقيقي
			2,57	ساعة-ساعتين	
			2,35	3ساعات- 4ساعات	
			2,32	5 ساعات فما فوق	
0,293	1,244	3	2,37	أقل من ساعة	أوسع من علاقاتي الاجتماعية الواقعية الفايسبوك جعلني
			2,34	ساعة-ساعتين	
			2,47	3ساعات- 4ساعات	
			2,50	5 ساعات فما فوق	
0,003	4,764	3	2,71	أقل من ساعة	أحس بالوحدة في حياتي
			2,63	ساعة-ساعتين	
			2,62	3ساعات- 4ساعات	
			2,37	5 ساعات فما فوق	
0,000	7,106	3	2,76	أقل من ساعة	أتجنب المشاركة في المناسبات الحياتية
			2,59	ساعة-ساعتين	
			2 ;68	3ساعات- 4ساعات	
			2,34	5 ساعات فما فوق	

جاءت العبارة الثانية " أحس بالعزلة في المجتمع الواقعي الحقيقي " دالة إحصائياً فقد بلغت قيمة دلالتها 0,003، حيث نلاحظ من خلال المتوسطات الحسابية أن هناك فروقا في مدى الإحساس بالعزلة تبعا للحجم الساعي المستغرق في استخدام الفايسبوك، فبالرجوع إلى النتائج المتحصل عليها نجد أنه كلما قلت ساعات استخدام الفايسبوك من قبل الشباب الجزائري كلما قل

مستوى الإحساس بالعزلة في المجتمع الحقيقي لديهم، والعكس صحيح حيث نجد أقل متوسط حسابي يُعَبِّرُ عن الموافقة عن الإحساس بالعزلة قد بلغ 2,32 وكان لدى المفرضين في الاستخدام أما أعلى متوسط فقد كان لمن يستغرقون في استخدام الفايسبوك من ساعة إلى ساعتين 2,57 فالفرق هنا تكمن في درجة عدم الموافقة أما الاتجاه العام فهو مشترك حيث يميل إلى رفض فحوى هذا البند.

أما فيما يخص العبارة الرابعة والتي كان مفادها "أحس بالوحدة في حياتي" فقد بلغت درجة دلالتها 0,003 وهي دالة إحصائياً، فحسب المتوسطات الحسابية المتحصل عليها كلما قلت مدة الاستخدام كلما قل الإحساس بالوحدة أيضاً في المجتمع الواقعي، وكلما زاد حجم الاستخدام كلما زاد الشعور بذلك الإحساس، رغم أن هذا الازدياد لم يؤثر على الاتجاه العام لدى أفراد العينة وإنما كان بنسبة ضئيلة، فأعلى متوسط نجده عند من يستغرقون مدة أقل من ساعة في الاستخدام والذي بلغ 2,71، أما أقل متوسط حسابي فكان لـ 5 ساعات فما فوق استخدام بـ 2,37، غير أنه وعلى غرار العبارة السابقة الاتجاه العام يذهب هنا إلى نفي الإحساس بالوحدة في حياة الباحثين على إثر استخدام الفايسبوك في حياتهم اليومية، ونفس الملاحظات يمكن إدراجها في ما يختص بالعبارة الأخيرة والتي كان فحواها "أتجنب المشاركة في المناسبات الحياتية" والتي جاءت دالة إحصائياً بقيمة 0,000 فكلما قلت مدة الاستخدام كلما زادت عدم موافقة الباحثين على تجنبهم المشاركة في تلك المناسبات في يومياتهم والعكس صحيح.

مناقشة:

يمكننا القول بناء على كل ما سبق من جداول وبناء على ما تم استنباطه من بيانات إحصائية أن الاتجاه العام لأفراد العينة يتمثل في أن الفايسبوك عمل على تعزيز علاقاتهم الاجتماعية وتوسيعها بدل التأثير عليهم سلبياً من خلال جعلهم يحسون بالوحدة، العزلة، أو جعلهم يتوانون عن المشاركة في مختلف المناسبات الحياتية، فالنتائج الخاصة بكل العبارات جاءت متناسقة غير متناقضة، تؤكد نتائج بعضها البعض، فأغلبية الباحثين أقرروا بأن الفايسبوك عمل على ربطهم بأصدقائهم الذين يعرفونهم في الواقع أكثر من ذي قبل بنسبة 56,6%، وبأنه وسَّعَ من علاقاتهم الاجتماعية بنسبة 62,6%، فالفايسبوك وفقاً لهم ساهم في تحقيق الترابط الاجتماعي بينهم وبين الآخرين، كما جعلهم يتخطون مختلف المعوقات الاتصالية التي كانت تواجههم في

حياتهم اليومية سواء أكان هذا من حيث بعد المسافة، صعوبة التواصل مع الآخرين بفعل العوامل النفسية، الاجتماعية أو الجسدية أو حتى تلك التي تتعلق بتكاليف الاتصال عبر الوسائل التقليدية وهذا خاصة مع من هم بعيدين عنا، حيث كان يقتصر اللقاء بهم في مناسبات موسمية وأوقات محددة، بينما الفايسبوك حقق استمرارية التواصل بغض النظر عن الزمان والمكان.

وهذا التأثير الايجابي على العلاقات الاجتماعية كان لدى الإناث أكثر من الذكور، فطبيعة المجتمع الجزائري تُفرض هذا الوضع، حيث تَمُنَحُ الذكور مساحة واسعة تجعل حياتهم الاجتماعية نشطة، فهم يعيشون خارج المنزل أكثر مما يعيشون داخله، مما يتيح لهم فرصة التعمق في علاقاتهم الاجتماعية وتعزيزها، فهم يملكون فضاءات متعددة كما يمكنهم التواجد فيها بشكل يومي، وعلى العكس من ذلك بالنسبة للإناث؛ يكون فضاء تواصلهن مع الآخرين محدودا بأماكن وأوقات معينة وهذا يكون نتيجة التفاوت في الحرية الممنوحة لكلا الجنسين، فتلبيبة الحاجة الاجتماعية من خلال هذا المجتمع الافتراضي تزداد أكثر فأكثر لدى الإناث إذن؛ فمن المعروف أن "طبيعة مجتمعاتنا المحافظة تُحتمُّ على الأسرة العربية وضع سلسلة من القيود على خروج الفتاة من بيتها، ذلك أن أغلب مجتمعاتنا لازالت لا تقبل بذلك إلا لغير الدراسة أو الجامعة أو العمل-على أحسن تقدير- الأمر الذي تشعر معه الفتاة بأنها محتاجة لمزيد من المساحة للتحرك داخل مجتمعها، خصوصا وهي ترى أخيها الذكر يحصل على مساحة من التنقل والتحرك أكبر منها، ولهذا جاء موقع الفايسبوك ليُشبعَ عندها -ولو بشكل جزئي- هذه الحاجة للتحرك فوجدت أنها لا تستطيع التحرك في مجتمعها المحدود نسبيا فقط، بل وجدت أن بإمكانها التنقل في مختلف أرجاء الكرة الأرضية دون أن تتسبب في غضب أسرته أو إخراجها كون جسدها لا يزال موجودا داخل جدران منزل ذويها"¹ فالفايسبوك يُجسدُ مفهوم "الأمكنة الثالثة" بالنسبة للإناث أكثر من الذكور.

ولا تتوافق النتائج المتوصل إليها في هذا المحور مع الدراسات الأولى والقديمة في هذا المجال أو ما أصبح يسمى ب"الاتجاه المتشائم" بينما تتناغم مع نتائج العديد من الدراسات الحديثة التي أثبتت أن تأثير الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية الواقعية ليس دائما سلبيا، بل أن هذه الشبكة الاجتماعية أصبحت تلعب دورا ايجابيا على صعيد العلاقات الإنسانية، ومن أمثلة هذه

¹ ليلي أحمد جزار، الفايسبوك والشباب العربي، مرجع سبق ذكره، ص128-129.

الدراسات نجد دراسة ستالد (Gitte Stald) الذي وجد أن استخدام الشباب للنت عبر الهاتف ساهم في تنمية مهاراتهم الاتصالية وأكسبهم مهارات تواصلية اجتماعية جديدة تمكنهم من تنظيم علاقاتهم وتزيد من التماسك الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء¹، ونجد أيضا دراسة كل من بويد وإليزون (Boyd and Ellison) التي أكدت من خلالها أن وسائل الإعلام الاجتماعية (media social) تُعزِّز العلاقات الاتصالية الإنسانية الموجودة بالفعل في الحياة اليومية الحقيقية للأفراد كما تُسهِّل عملية الصداقة التي كانت تتطلب سنين وسنين في السابق²، وفي دراسة أخرى لكراوت (Kraut) وزملائه، وجدوا أن الأفراد في استخدامهم للإنترنت في منازلهم يقومون بهذا بغرض الاتصال الشخصي أكثر من أي أمر آخر من خلال الدردشة الإلكترونية، كما أثبتت دراسات أخرى أن استخدام الإنترنت تتولد عنه آثار اجتماعية ايجابية من حيث السهولة في التعامل مع مجموعات أوسع³، وتتماشى نتائج هذه الدراسات مع العديد من الأبحاث العلمية التي أُقيمت على الشباب في المجتمع الجزائري؛ والتي من أمثلتها نجد الدراسة التي تم إصدارها في كتاب عُنونَ بـ "الشباب الجزائري والفايسبوك: بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان"، والتي توصلت الباحثة من خلالها إلى أن "العلاقات الاجتماعية الافتراضية تُعدُّ فرصة للعلاقات الاجتماعية الكلاسيكية وهذا لكون الفاييسبوك يعمل أساسا على توسيع الشبكة الاجتماعية للأفراد والقضاء على العزلة وذلك بالبقاء في تواصل مع العائلة والأصدقاء، فضلا على تجاوز الخجل والانطواء بفضل الفاييسبوك إضافة إلى تشجيع الاتصال عبر الخط، وكذا فرصة الشعور بالحميمة في العلاقات كما هو الأمر في الواقع"⁴.

¹ David Buchingham, youth, identity and digital media, op.cit, p 7.

² José Van Dijck, you have one identity : performing the self on facebook and linkedin, op cit, p 201.

³ Marry Anne, in defense of the internet: the relationship between internet, communication and depression, loneliness, self esteem and perceived social support, op cit, p 158.

⁴ صونية عبديش، قراءة في كتاب: الشباب الجزائري والفايسبوك: بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، مجلة Arab Media & Society، Issue 23، Winter/Spring 2017، ص9، (pdf file).

صحيح أن اتجاه الشباب الجزائري في دراستنا نحو تأثير الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية جاء ايجابيا إلى حد كبير، إلا أنه يمكن القول أن هذه الايجابية تتجه نحو العالم الخارجي للأفراد -إن صح التعبير- أكثر من المحيط الاجتماعي الداخلي، ونقصد هنا الأسرة على وجه الخصوص؛ فالمحتمل هنا ومما أصبحنا نلاحظه في حياتنا اليومية أن هؤلاء الشباب تصل درجة اجتماعيتهم إلى القمة وهم في الفايسبوك بينما في نفس الوقت هم يبتعدون شيئا فشيئا عن أفراد أسرهم، حيث يقلُّ التواصل الأسري، وهذا يرتبط بتأثير عدة متغيرات كما تبين لنا فيما سبق من جداول؛ فالأغلبية من الشباب اليافع (18 و22 سنة) مثلا تنفي إحساسها بالعزلة على إثر استخدام الفايسبوك إلا أن النسبة الأكبر من العينة الإجمالية ممن يحسون بالعزلة بفعل ذلك نجدها تنتمي إلى الشباب اليافع والذين يستخدمون الفايسبوك لمدة 5 ساعات فما فوق، أي كثيفي الاستخدام، ومن ناحية أخرى، ورغم ارتفاع نسبة الشباب كثيفي الاستخدام للفايسبوك في دراستنا إلا أننا نجد أن 19,2% منهم فقط يحسون بالعزلة في المجتمع الحقيقي، و15,2% يحسون بالوحدة في حياتهم، وكذا 15,4% منهم يعزفون عن المشاركة في المناسبات الحياتية، فالنسب هنا هي ضئيلة، ويرجع هذا إلى أن الفرد عندما يعيش في حالة من الانغماس المتواصل في عالم افتراضي من الممكن أن لا يدرك ذلك الجانب السلبي أو أنه يدركه ويعتبره أمرا عاديا لا ضرر له أو أنه أيضا ربما أضع تلك الحدود الفاصلة بين ما هو افتراضي وما هو واقعي، والوقوع في العزلة مع من هم قريبين منا هو ما أكد عليه مايكل هيل (Michael Hill) بقوله "على المستوى الشخصي نجد أننا نستخدم الشبكة العالمية بقدر أكبر ولكن يبدو أن بعض الأفراد على الأقل يجدون صعوبة أكبر في الاتصال بمن يُفترَضُ بأن يكونوا أقرب وأعز الناس بالنسبة إليهم، ورغم أننا قد نتصل بقدر أقل مع جيراننا فإننا نتصل بقدر أكبر مع من هم بعيدين عنا"¹.

وقد أكد على هذا الدكتور محمد مزيد بشكل دقيق حين أشار إلى أن "الأمر ينتهي في نهاية المطاف إلى العزلة والانفراد لا محال على الرغم من الوعود القائمة بالانفتاح على العالم، وتواصل الأفراد بمن حولهم بسهولة ويسر، فالمجتمعات الافتراضية كانت قد أنشئت لأغراض شتى منها تخليص الناس من عزلتهم، فالسؤال الذي يطرح نفسه هنا: إذا كان الإنسان في اتصال دائم بالناس

¹ مايكل هيل، أثر المعلومات على المجتمع: دراسة لطبيعتها، حتميتها واستعمالها، ط1، مركز الإمارات للبحوث والدراسات الإستراتيجية، الإمارات العربية المتحدة، 2004، ص349.

من حوله فلماذا لا يلتقي بصديقه الذي يتواصل معه على الفايسبوك من خلال اللقاء؟ لماذا أصبح المجتمع دائما مشغولا على الرغم أن سبب انشغاله عن التواصل بمن حوله هو التواصل بمن حوله؟ لماذا يطلب الابن من أمه إعداد الغذاء من على صفحتها على الفايسبوك وهما في نفس المنزل؟ ألا تشتكي الزوجات حاليا من أزواجهن أنهم لا وجود فعلي لهم في الحياة، وأنهم لا يتحركون من أمام الشاشة؟ ألا تشتكي الأمهات أن أولادهن لا يعيشون في المنزل، وإن كانوا متواجدين بداخله؟ ألا يطالب الأصدقاء بعضهم بعضا بالانتباه قليلا وترك شاشة الهاتف التي تكون نافذة للمجتمع الافتراضي؟ أليس الحال عند محاولتك محادثة صديق قوله لك: ثانية واحدة وأكون معك، فكيف ستكون معي وأنت بالفعل معي؟ وإلى أين ذهبت وأنت معي؟¹.

ومن جانب آخر يمكن القول بأن إقرار الشباب الجزائري بالدور الايجابي للفايسبوك على صعيد علاقاتهم الاجتماعية، وباحتمية التواصل عبر هذا الفضاء الافتراضي والتي أصبحت تفرض هيمنتها مقارنة بالوسائل التقليدية الأخرى جعل المعادلة تنعكس، فالذين لا يتواصلون فايسبوكيا والمتواجدين في الواقع ولا يتواجدون افتراضيا على الدوام، أو ليس لهم وجود افتراضي من الأساس في الفايسبوك هم من أصبحوا يحسون بأنهم منعزلين اجتماعيا، حيث يجدون أنفسهم خارج تلك التفاعلات الاجتماعية الافتراضية التي لا ينحصر وجودها في عالم الفايسبوك وإنما يُنقلُ فحواها ويصل صداها إلى الواقع، فالعديد من الحوارات التي أصبحت تتم بين الشباب في الواقع نجدها تدور في كثير من الأحيان حول ما تم نشره عبر الفايسبوك من أحداث عامة أو خاصة أو النقاش حول ما تم من حوار في المحادثات الالكترونية....، فالاغتراب هنا أصبح في الواقع ذاته ولم يُعَدُّ يُنسَب إلى أولئك المواظبين على التواصل الافتراضي يوميا أو المفرطين فيه تحديدا.

¹ محمد علي فرح، صناعة الواقع: الإعلام وضبط المجتمع: أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، مرجع سبق ذكره، ص.ص 233-244. (بتصرف يسير).

3- تحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة وبين تفضيل الشباب الجزائري للعالم الافتراضي أو الواقعي:

قد تبين من خلال استخدام اختبار ANOVA & T.TEST أنه لا توجد فروق دلالية بين كل من الجنس والحالة الاجتماعية والمستوى المهني من حيث التأثير على اتجاهات الشباب الجزائري نحو هذا المحور، في حين نجد أن كل من السن، المستوى المعيشي، المستوى التعليمي وعدد ساعات الاستخدام؛ تعتبر متغيرات مؤثرة على اتجاهات المبحوثين نحو هذا المحور، وهذا ما ستبرزه الجداول الآتية:

جدول رقم 68: يربط بين متغير الجنس والمحور الفرعي الثالث:

البنود	المتوسط الحسابي	قيمة T	د. الدلالة
أفضل الحياة الافتراضية على الحياة الواقعية	ذكور	-1,188	0,851
	إناث		
أعتبر أن العالم الافتراضي هو بديل عن العالم الواقعي	ذكور	-1,147	0,252
	إناث		

نلاحظ من خلال البيانات الموضحة في الجدول أعلاه أنه لا توجد فروق كبيرة بين الذكور والإناث من حيث التفضيل ما بين العالم الافتراضي والواقعي، حيث نجد قيمة الدلالة في العبارة الأولى قد بلغت 0,851 وفي العبارة الثانية: 0,252، فكلاهما جاءتا أكبر من 0,005، وبالتالي تعتبر هاتين القيمتين غير دالتين إحصائياً خاصة فيما يتعلق بالعبارة الأولى والتي جاءت فيها المتوسطات الحسابية الخاصة بكل من الجنسين متقاربة للغاية فكلاهما ينفيان بأنهما يفضلان العالم الافتراضي على الواقعي، وكلاهما أيضاً لا ينظران إلى العالم الافتراضي كبديل عن العالم الواقعي الذي يعيشون فيه.

جدول رقم 69: يربط بين متغير الحالة الاجتماعية والمحور الفرعي الثالث:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود	
0,581	0,544	2	2,67	أعزب	أفضل الحياة الافتراضية على الحياة الواقعية	الفايسبوك
			2,69	متزوج		
			3,00	مطلق		
0,494	0,706	2	2,62	أعزب	أعتبر أن العالم الافتراضي هو بديل عن العالم الواقعي	جعلني
			2,60	متزوج		
			3,00	مطلق		

بدوره متغير الحالة الاجتماعية لا يعتبر عاملاً مؤثراً على اتجاه الباحثين نحو مدى تفضيلهم للعالم الافتراضي على الواقعي وحول مدى اعتبار ذلك العالم الافتراضي بديلاً للواقعي، حيث أن قيمة درجة الدلالة بلغت في العبارة الأولى 0,581، وفي العبارة الثانية: 0,494، وننوه هنا إلى أن قيمة المتوسط الحسابي الخاص بفئة المطلقين جاء عالياً كنتيجة لعدم التناسب بين المجموعات لا غير وليس بداعي وجود فروق بينها.

جدول رقم 70: يربط بين متغير المستوى المهني والمحور الفرعي الثالث:

د. الدلالة	قيمة T	المتوسط الحسابي		البنود	
0,442	-,769	2,65	عامل	أفضل الحياة الافتراضية على الحياة الواقعية	الفايسبوك
		2,70	عاطل عن العمل		
0,534	0,623	2,64	عامل	أعتبر ان العالم الافتراضي هو بديل عن العالم الواقعي	جعلني
		2,60	عاطل عن العمل		

يظهر لنا اختبار T.TEST في هذا الجدول بأن القيم المتحصل عليها جاءت غير دالة إحصائياً وبالتالي لا توجد فروق بين العاملين والعاطلين عن العمل في ما يتعلق بكلتا العبارتين حيث بلغت درجة الدلالة في الأولى 0,442، وفي الثانية: 0,534، فمتغير المستوى المعيشي لا يؤثر إذن على الاتجاه العام للمبجوثين.

جدول رقم 71: يربط بين متغير السن والمحور الفرعي الثالث:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود
0,005	5,341	2	2,50	22-18	أفضل الحياة الافتراضية على الحياة الواقعية الفايسبوك جعلني
			2,68	26-23	
			2,75	36-27	
0,243	1,417	2	2,52	22-18	أعتبر بأن العالم الافتراضي هو بديل عن العالم الواقعي
			2,63	26-23	
			2,65	36-27	

تبرز لنا نتائج اختبار ANOVA في هذا الجدول أن عبارة " أفضل الحياة الافتراضية على الحياة الواقعية" جاءت دالة إحصائياً بقيمة 0,005، حيث تفاوتت المتوسطات الحسابية بين مختلف الفئات العمرية المحددة، فكان أقلها لفئة 22-18 سنة بـ 2,50، أما أعلى متوسط فقد كان ل فئة 36-27 سنة وذلك بـ 2,75، فكلما اتجه السن نحو الشباب البالغ كلما زادت درجة عدم الموافقة على العبارة الأولى، بينما نجد النسبة الأكبر من حيث الموافقة على فحوى العبارة الأولى لدى الشباب اليافع رغم أن النسبة ضئيلة، وعلى خلاف ذلك لم يؤثر هذا المتغير بشكل ملحوظ على العبارة الثانية.

جدول رقم 72: يربط بين متغير المستوى التعليمي والمحور الفرعي الثالث:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود
0,538	0,724	3	2,43	ممتاز	أفضل الحياة الافتراضية على الحياة الواقعية الفايسبوك جعلني
			2,72	جيد	
			2,66	متوسط	
			2,77	متدني	
0,026	3,104	3	2,57	ممتاز	أعتبر بأن العالم الافتراضي هو بديل عن العالم الواقعي
			2,74	جيد	
			2,57	متوسط	
			2,33	متدني	

يُظهِرُ لنا هذا الجدول بأن متغير المستوى المعيشي أحدث فروقا على مستوى العبارة الثانية التي مفادها: " أعتبر بأن العالم الافتراضي هو بديل عن العالم الواقعي " والتي قُدِّرَتْ درجة الدلالة فيها ب0,026 والفرق يظهر بشكل جلي بالنسبة لفئة المستوى المعيشي المتدني الذي بلغ متوسطها الحسابي 2,33، بينما أعلى متوسط حسابي نجده عند فئة المستوى الجيد وذلك ب2,74، فحسب هذه البيانات كلما قل المستوى المعيشي للفرد كلما وجدنا عددا أكبر من الذين يرون بأن العالم الافتراضي هو بديل عن العالم الواقعي، وهذا العدد هو أكبر مقارنة مع الفئات الأخرى، غير أن 50% منهم لا يوافقون على هذا، بينما نجد هذا الأمر يقل إلى درجة كبيرة بالنسبة للمستوى الممتاز والجيد، خاصة هذا الأخير الذي تكاد تنعدم فيه نسبة من يوافقون على فحوى هذه العبارة وسنقوم بتحليل هذه النقطة في المناقشة الخاصة بهذا المحور لاحقا.

جدول رقم 73: يربط بين متغير المستوى التعليمي والمحور الفرعي الثالث:

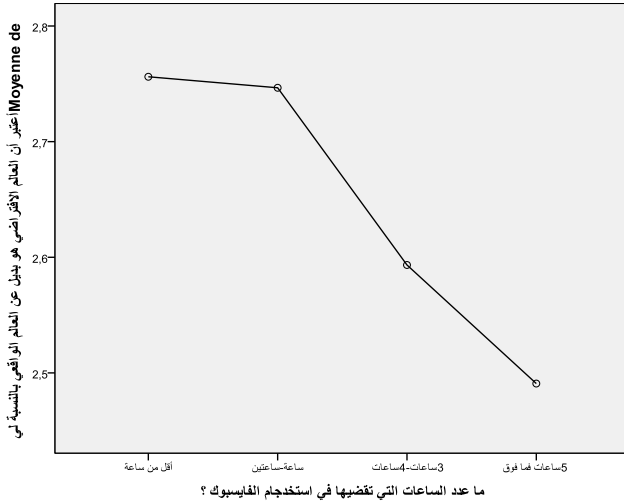
البنود	المتوسط الحسابي	قيمة Df	قيمة F	د. الدلالة
أفضل الحياة الافتراضية على الحياة الواقعية	إبتدائي	2	2,868	0,058
	ثانوي			
	جامعي			
أعتبر بأن العالم الافتراضي هو بديل عن العالم الواقعي	إبتدائي	2	5,892	0,003
	ثانوي			
	جامعي			

يُبْرِّرُ لنا هذا الجدول بأن متغير المستوى التعليمي يؤثر على مدى اعتبار الشباب الجزائري الفايسبوك كعالم افتراضي بديل عن عالمهم الواقعي، فدرجة دلالة العبارة الثانية قد قدرت ب0,003 فهي أقل من 0,005 مما يجعلها دالة إحصائيا، والفرق تعتبر كبيرة بين ذوي المستوى الثانوي الذي بلغ متوسطهم الحسابي 2,30 بينما نجد 2,65 لذوي المستوى الجامعي، فهناك نسبة لا بأس بها من الشباب الجزائريين الثانويين الذين يتخذون من العالم الافتراضي بديلا للواقع المعاش في حين أن الفئة الأكبر من الجامعيين لا يقرون بذلك، حيث ترتفع درجة عدم موافقتهم بينما جاءت نتيجة العبارة الأولى غير دالة إحصائيا.

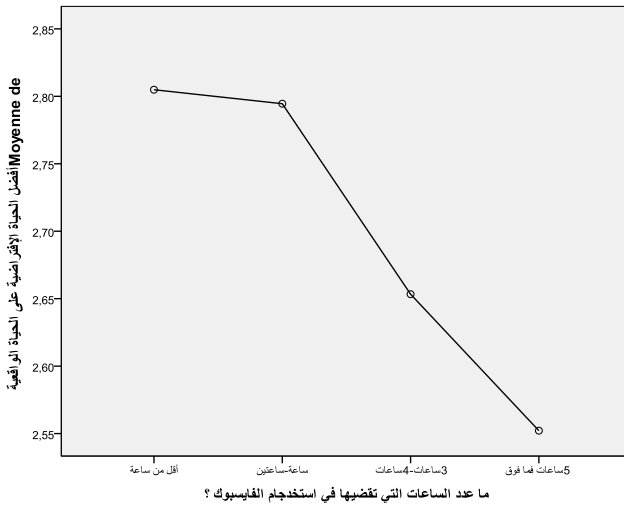
جدول رقم 74: يربط بين متغير عدد ساعات الاستخدام والمحور الفرعي الثالث:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود
			أقل من ساعة	ساعة-ساعتين	
0,005	4,375	3	2,80	ساعة-ساعتين	أفضل الحياة الافتراضية على الحياة الواقعية الفايسبوك
			2,79	3ساعات - 4ساعات	
			2,65	5 ساعات فما فوق	
			2,55	أقل من ساعة	
0,004	4,502	3	2,76	ساعة-ساعتين	أعتبر بأن العالم الافتراضي هو بديل عن العالم الواقعي جعلني
			2,75	3ساعات - 4ساعات	
			2,59	5 ساعات فما فوق	
			2,49	أقل من ساعة	

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن هناك علاقة وطيدة بين مدة استخدام الفايسبوك يوميا وبين تفضيل الشباب الجزائري ما بين العالم الافتراضي والواقعي، فدرجة الدلالة بلغت في العبارة الأولى 0,005، كما أن أعلى متوسط فيها كان لمن يستخدمون الفايسبوك لأقل من ساعة وهذا بـ2,80، أما أقل متوسط فكان لمن يستخدمونه لمدة 5 ساعات فما فوق بـ2,55، ونفس الأمر تماما مع العبارة الثانية التي قدرت درجة الدلالة فيها بـ0,004 حيث أن قلبي الاستعمال بلغ متوسطهم الحسابي أعلى قيمة ممكنة بـ2,76، وأقلها جاء بـ2,49 للمفرطين في الاستخدام والملاحظ هنا أنه كلما قلت مدة استخدام الفايسبوك كلما زادت عدم موافقة الشباب أكثر فأكثر على أنهم يفضلون العالم الافتراضي على الواقعي، وكلما قل اعتباره هذا العالم الافتراضي بديلا عن العالم الواقعي، والعكس صحيح، وهذا ما تُبرِّزُهُ الأشكال البيانية التالية:



شكل رقم (24): يربط بين الحجم الساعي لاستخدام الفايسبوك وبين مدى عدم تفضيل المبحوثين العالم الافتراضي على الواقعي



شكل رقم (25): يربط بين الحجم الساعي لاستخدام الفايسبوك ومدى عدم اعتبار المبحوثين العالم الافتراضي بديلا عن الواقعي

مناقشة:

لا يميل الشباب الجزائري المستخدم لفايسبوك إلى تفضيل الحياة الافتراضية على الحياة الواقعية وهذا بنسبة عالية قد بلغت 77%، كما أنهم لا يتصورون بأن العالم الافتراضي هو بديل عن عالمهم الواقعي وهذا بنسبة عالية أيضا فُدرت بـ 72,2%، وهذا رغم أن عددا كبيرا من أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك بشكل مفرط يوميا، غير أنهم من جهة أخرى -حسب ما سبق من جداول في هذا الجانب الميداني- نجدهم يُفضّلون توسيع وتعميق علاقاتهم الاجتماعية الواقعية عبر الفايسبوك أكثر من العلاقات الافتراضية، فهم يفضلون التواصل مع الأشخاص الذين يعرفونهم في الواقع أكثر من الأشخاص الافتراضيين، كما أنهم يَطلعون ويتابعون الأخبار والأحداث التي تخص مجتمعهم المحلي أكثر من العالمي، وهم يناقشون المواضيع التي تهتم حياتهم اليومية

الواقعية، ويتعاملون على أساس هويات حقيقية أكثر منها افتراضية، واستنادا على هذا يمكن القول أن الفايسبوك يعتبر بالنسبة للشباب الجزائري واقعا افتراضيا لا يمثل سوى انعكاس أو نسخة عن الواقع الفعلي مثلما أيضا يُجسّدُ مفهوما آخر أدقّ ألا وهو "المجتمع المحلي المتشابك" (**Private network communities**)، هذا المفهوم الذي أشار إليه باري والمان (**Barry Wellman**) الذي ذكر بأن المجتمع المحلي المتشابك الخاص بشخص معين هو النسخة المخصصة من المجتمع المحلي لشبكتي الشخصية الخاصة التي تتكون من أفراد عائلي، وتلاميذي وزملائي في الجامعة، وأناس أعرفهم فقط عن طريق البريد الإلكتروني تواصلوا معي تفاعلا مع كتاباتي المتواضعة، وأيضا من خلال أشكال الاتصال الأخرى على الإنترنت وأناس التقيت بهم أثناء السفر، وآخرين تعرفت عليهم في الجامعات والمؤتمرات المختلفة التي حضرتها، فهم مجموعة من الناس لا يعرفون بعضهم البعض وأنا الرابطة المشتركة بينهم، حيث يحدث تفاعلنا في المنطقة المشتركة لاهتماماتنا¹، فآلية الربط هنا بين الواقع الحقيقي والمجتمع الافتراضي هي أقوى من آلية الفصل بينهما تبعا لطبيعة الممارسات والتفاعلات الاجتماعية التي يقوم بها الشباب الجزائري في الفايسبوك، والتي تعرضنا لها في السابق بشكل مُفَصَّل.

فهذا المجتمع الافتراضي إذن يُمَثِّلُ جزءا من حياة هؤلاء الشباب وفضاء مكمل لها إنما لا يصل إلى درجة أنه يصبح بديلا كليا عن الواقع الحقيقي، فهم بهذا يَخْلُقُونَ من خلال الفايسبوك عالما موازيا شبيها بعالمهم الواقعي، لكن ذلك العالم ينفرد ببعض الخصائص التي تجعله عالما مميزا، هذا لا سيما أن عددا كبيرا من الشباب الجزائري -حسب هذه الدراسة- يستخدمون الفايسبوك من خلال الهاتف النقال (63,10%) حيث يُمَكِّنُهُم التواجد في المجتمع الافتراضي أينما كانوا سواء في العمل، مكان الدراسة أو المنزل والشارع..، فهناك إذن تداخل بين المجتمع الافتراضي والواقعي بالنسبة لهؤلاء الشباب، هذا خاصة أنهم يُقَرُّون بشعورهم في بعض الأحيان بعدم إمكانية الاستغناء عن الفايسبوك في حياتهم اليومية إلا أنه (الفايسبوك) مهما وفر لهم من مجالات واسعة وخيارات متعددة للعيش في حياة ثانية افتراضية إلا أن واقعهم يبقى هو الأساس، وهذا في ظل أن هؤلاء الشباب يعيشون في المجتمع الجزائري الذي يندرج بدوره ضمن المجتمعات الانتقالية التي لا تزال

¹ أحمد محمد صالح، اثوغرافيا الإنترنت: وتداعياتها الاجتماعية والثقافية والسياسية، د.ط، د.س، د.ب، ص 39. (pdf file).

تلعب فيها العلاقات الاجتماعية بشكلها التقليدي دورا هاما رغم تراجعها بفعل التكنولوجيا، هذه الأخيرة التي رغم تطورها مقارنة مع الماضي إلا أن مجتمعنا لم يصل بعد إلى درجة الرقمنة الشاملة في كل ما يختص بالحياة.

إذن الفايسبوك يمثل بالنسبة للشباب الجزائري واقعا افتراضيا وهو واقع أكثر مما هو خيال وهذا ما يتناغم مع العديد من وجهات نظر الباحثين الذين يرون بأن الفايسبوك كمجتمع افتراضي يخضع للمجتمع الواقعي كإطار مرجعي له وكدعامة أساسية، وهنا نجد الدكتور محمد سبيلا يتساءل في هذا الصدد قائلاً: "عندما تنتهي لحظة الإبحار لا ندري هل انتقلنا من العوالم الافتراضية إلى ما نعتبره واقعا أم انتقلنا من العالم الواقعي الثاني إلى العالم الأول"¹، وهو يجيب عن ذلك بقوله: " المدونات وصفحات الفايسبوك باتت تشكل عوالم موازية لعوالم الواقع، إنها عوالم يختلط فيها الواقعي بالمأمول، ويجد فيها الواقعي جسوره نحو الافتراضي، كما أن الافتراضي يقترب من عتبات الواقعي"².

وتبعاً لهذا نستطيع القول بأن المجتمع الافتراضي أصبح يختلط في حقيقة الأمر مع المجتمع الواقعي، وأن البعض من الشباب الجزائري من الممكن أيضاً أن يكونوا في حالة من عدم القدرة على التمييز بين المجتمعين الافتراضي والحقيقي، وعلى حد تعبير الدكتور محمد مزيد "الحدود الفاصلة بين هذين المجتمعين تكاد تنهار، فمن هو Offline هناك فإنه Offline هنا ومن هو Online هناك فإنه Online هنا، إذن فالمجتمع الحقيقي حسبه أصابه نوع من الاضطراب، فبدلاً من كون أفراد المجتمع في البداية ينقلون حياتهم إلى العالم الافتراضي كنوع من المشاركة مع أصدقائهم، فمثلاً لو أن أحداً قام بزيارة مكان ما؛ فإنه يلتقط بضعا من الصور ويقوم بمشاركتها مع أصدقائه، هكذا كان الأمر، أما ما يحدث الآن هو نقل للعالم الافتراضي إلى الحياة الواقعية، فعندما يكون الفرد بالفعل مع أصدقائه، فإنه يكون معهم بالجسد فقط، ولكنه في حقيقة الأمر يعيش مع مجتمعه الافتراضي أزرق اللون، وعدم القدرة على التمييز بين المجتمعين ترجع هنا حسب محمد

¹ كمال عبد اللطيف، المعرفي، الأيديولوجي، الشبكي: تقاطعات ورهانات، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، فيفري، 2012، ص66.

² المرجع نفسه، ص126.

مزید إلى أن الخط الفاصل بين المجتمعين أصبح هشاً للغاية"¹، "الفصل اليوم بين المجتمع الإنساني والمجتمع الافتراضي أصبح أمراً صعباً ومستحيلاً، إلا إذا قرر أحدهم أن يبقى أوف-لاينيا بقية حياته"².

"فالألة الإعلامية تدفع اليوم المجتمع الواقعي نحو المجتمع الافتراضي بصورة ملاحظة فتجد القنوات الفضائية تحولت إلى هاشتاج # البرنامج، # الفيلم، وأصبحت الآراء التي تناقش آراء زوار موقعنا الإلكتروني، وآراء متابعينا على تويتر وفيسبوك، وهذا يعني أن القضايا المجتمعية التي كانت تُناقش مع العائلة والأسرة أو مع الأصدقاء في بيت أحدهم أو حتى في أحد المقاهي أصبحت تناقش في اللامكان الذي يُعرف بالمكان الافتراضي"³، وبهذا أصبح كل ما في الواقع له مقابل في البيئة الرقمية.

وينبغي أن نُؤوِّد إلى أن اتجاه المبحوثين نحو بنود هذا المحور قد خضع إلى تأثير بعض المتغيرات على غرار متغير السن، حيث وجدنا بأن عدم موافقة الشباب البالغ على أنهم يفضلون العالم الافتراضي على الواقعي تفوق بكثير درجة عدم موافقة الشباب اليافع والذين تتراوح أعمارهم بين 18 و22 سنة، رغم أن موقف هؤلاء لا يخرج عن الاتجاه العام لأفراد العينة، إلا أننا نجد عدداً لا بأس به منهم لا يُؤيد موقفاً واضحاً، والبعض الآخر منهم يفضلون العالم الافتراضي على الواقعي هذا الأخير يمثل بالنسبة للشباب الأصغر سناً عالماً مثالياً حيث لا حدود لما يمارسونه ضمنه ولا رقابة تقيدهم، فكل شيء متاح بالنسبة إليهم، والانفتاح الذي تطمح إليه هذه الفئة العمرية يجد أوجعاً ضمن هذا العالم، فالفيسبوك يستطيع في الكثير من الأحوال أن يشبع لهم حاجات يصعب تلبيتها في واقعهم الحقيقي، ونفس الملاحظة يمكن إبدائها فيما يتعلق بتأثير متغير المستوى التعليمي أين نجد درجة عدم موافقة المبحوثين الجامعيين على أنهم يفضلون العالم الافتراضي على الواقعي أكبر من درجة الثانويين.

¹ محمد علي فرح، صناعة الواقع: الإعلام وضبط المجتمع: أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، مرجع سبق ذكره، ص.ص 241-246.

² نديم منصور، سوسيولوجيا الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص.23.

³ محمد علي فرح، المرجع نفسه، ص.ص 246-247.

وبالنظر إلى متغير المستوى المعيشي الذي يُعْتَبَرُ مؤثراً على اتجاه المبحوثين في هذا المحور نجد أن الشباب الذين يعيشون ضمن المستوى الجيد والممتاز لا يعتبرون العالم الافتراضي بديلاً عن الواقعي، وهذا بنسب عالية (الجيد: 79,6% - الممتاز 71,4%)، بينما نجد أكبر نسبة من الشباب الذين يعتبرون بأن العالم الافتراضي هو بديل عن الواقعي يعيشون ضمن المستوى المتدني بالمقارنة مع المستويات الأخرى، غير أن موقفهم لا يخرج عن الاتجاه العام (غير موافق 50%، محايد 33%، وموافق 16,7%)، فالوضعية الاجتماعية التي يعيشها الأفراد تؤثر على تفضيلات الأفراد واتجاهاتهم، فالعيش في مستوى غير جيد من الممكن أن يكون عاملاً يدفع بعض الأفراد شيئاً فشيئاً إلى تفضيل المجتمع الافتراضي أين لا فرق بين فقير وغني ولا وجود لتلك المقارنات التي تُعَقَّدُ على أرض الواقع، إلا أن هذا لم يكن هنا إلا لدى فئة قليلة من المبحوثين.

وكما نجد أيضاً أن مدة الاستخدام تعتبر عاملاً مؤثراً حيث أن النسبة الأكبر ممن يفضلون المجتمع الافتراضي على المجتمع الواقعي نجدها عند المفرطين في استخدام الفايبروك بينما أقل نسبة نجدها عند قليلي الاستخدام (7% لأقل من ساعة - 3,4% لساعة ساعتين، 10% ل3 ساعات - 4 ساعات،، 15,3% ل5 ساعات فما فوق)، ونفس الأمر مع مدى اعتبار العالم الافتراضي بديلاً عن العالم الواقعي (9,4% لأقل من ساعة، 3,4% لساعة حتى ساعتين، 11,3% ل3 ساعات حتى 4 ساعات، 17,2% ل5 ساعات فما فوق)، فدرجة الانغماس في المجتمع الافتراضي تعتبر بدورها محدداً لمدى ميل الأفراد لتفضيل الافتراضي على الواقعي أو حتى على اعتباره بديلاً فالإفراط في الاستخدام من الممكن أن يجعل الفرد لا يدرك واقعه الفعلي مع مرور الوقت، أو يجعله يفقد الإحساس بمجتمعه الحقيقي في حين يجد نفسه يُجسُّ بالانتماء أكثر إلى المجتمع الافتراضي إلا أن هذا في دراستنا كان لدى فئة قليلة من العينة الإجمالية، حيث لا يمثل هذا الاتجاه العام لها.

4- تحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة وبين تأثير الفايسبوك على نظرة المبحوثين للمحيط الاجتماعي:

قد تبين من خلال استخدام اختبار ANOVA & T.TEST أنه توجد فروق دلالية بين كل متغيرات الدراسة والتي تبين أنها لها تأثير على اتجاه المبحوثين ونظرتهم لمحيطهم، وهذا ما ستوضحه الجداول الآتية:

جدول رقم 75: يربط بين متغير الجنس والمحور الفرعي الرابع:

البنود	المتوسط الحسابي	قيمة T	د. الدلالة
أحلم بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر	ذكور	-0,093	0,926
	إناث		
أحس بالتذمر وعدم الرضا عن الواقع المعاش	ذكور	0,333	0,739
	إناث		
أحس أنني مندمج أكثر في المجتمع الجزائري	ذكور	2,546	0,011
	إناث		
أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي	ذكور	-3,823	0,000
	إناث		

يعتبر متغير الجنس عاملا مؤثرا على العبارتين الأخيرتين في هذا الجدول، حيث نجد أن درجة الدلالة قد بلغت 0,011 بالنسبة لعبارة " أحس أنني مندمج أكثر في المجتمع الجزائري" والفرق هنا لا يعتبر كبيرا، حيث بلغ المتوسط الحسابي للذكور 1,97، بينما الإناث: 2,17 وبالرجوع إلى النتائج التفصيلية لاختبار T تم استنتاج أن درجة الموافقة من عدمها لدى الذكور تعتبر متقاربة جدا، بينما لدى الإناث ترتفع درجة الموافقة على هذه العبارة بينما تقل فئة اللواتي لا يوافقن عليها، فالإناث وفقا لهذا هن من أحسن بالاندماج في المجتمع الجزائري بفعل تأثير الفايسبوك أكثر بكثير من الذكور، وعلى العكس من ذلك بالنسبة للعبارة الأخيرة " أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي" والتي جاءت دالة إحصائيا بقيمة 0,000، فالذكور هنا ترتفع درجة موافقتهم نسبيا مقارنة مع الإناث اللواتي لا تقرن بأنهن أصبحن يعجبن بنمط الحياة الغربية على حساب نمط الحياة اليومية في المجتمع الجزائري، فنسبة معتبرة

منهن تتفین ذلك، فالمتوسط الحسابي للذكور كما هو مبين في الجدول جاء بقيمة 2,36 بينما الإناث: 2,62.

جدول رقم 76: يربط بين متغير السن والمحور الفرعي الرابع:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود
0,000	9,990	2	1,80	22-18	أحلم بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر
			1,99	26-23	
			2,25	36-27	
0,625	0,471	2	2,08	22-18	أحس بالتذمر وعدم الرضا عن الواقع المعاش
			2,07	26-23	
			2,15	36-27	
0,453	0,793	2	2,17	22-18	أحس أنني مندمج أكثر في المجتمع الجزائري
			2,03	26-23	
			2,07	36-27	
0,000	11,098	2	2,30	22-18	أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي
			2,39	26-23	
			2,66	36-27	

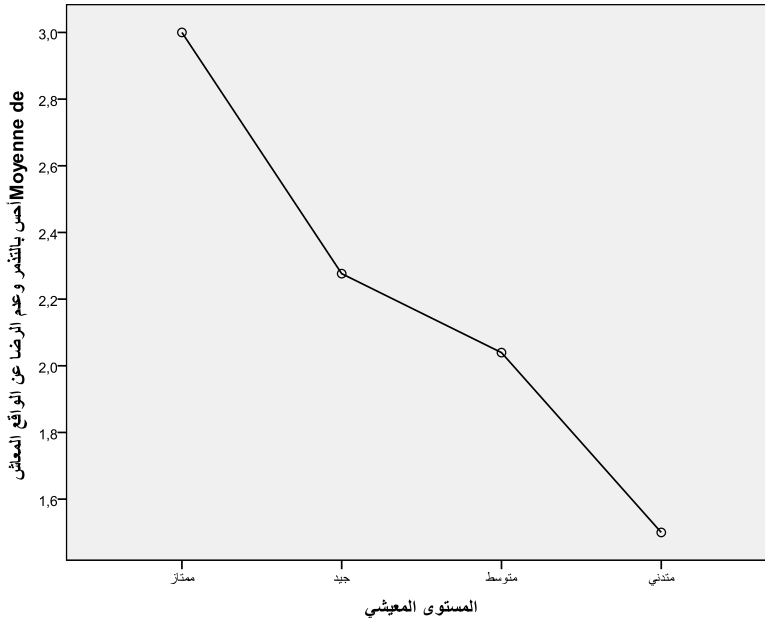
قد أحدث متغير السن فروقا على مستوى العبارة الأولى والأخيرة، حيث بلغت قيمة دلالتهم 0,000، فبالنسبة للأولى " أحلم بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر" نجد أن الفئة العمرية من 22-18 توافق وبشكل كبير على فحوى هذه العبارة، بينما بالنسبة لمن يتراوح عمرهم ما بين 23 و 26 فتكاد تتساوى درجة الموافقة من عدمها، في حين نجد أن الشباب الجزائري الذين تتراوح أعمارهم بين 27 و 36 يعارضون بقوة مضمون العبارة، وهنا يتضح أن اتجاه الشباب البالغ يختلف مقارنة مع الفئات الأخرى، فهو يميل أكثر للواقعية.

أما في ما يتعلق بالعبارة الأخيرة والتي كان مفادها " أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي" فنجد أن الاتجاه العام يتجه نحو عدم الموافقة، وهذا لا ينفي أن فئة لا بأس بها من الشباب اليافع توافق على إعجابها بنمط الحياة الغربية بفعل تأثير الفاييسبوك أو التأثير بحياة الآخرين عبر هذا المجتمع الافتراضي، وتحديدا لدى 22-18 سنة و 26-23 سنة.

جدول رقم 77: يربط بين متغير المستوى المعيشي والمحور الفرعي الرابع:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود
0,374	1,042	3	1,86	ممتاز	أحلم بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر
			2,15	جيد	
			2,05	متوسط	
			1,75	متدني	
0,000	6,720	3	3,00	ممتاز	أحس بالتذمر وعدم الرضا عن الواقع المعاش
			2,28	جيد	
			2,04	متوسط	
			1,50	متدني	
0,461	0,862	3	2,00	ممتاز	أحس أنني مندمج أكثر في المجتمع الجزائري
			2,14	جيد	
			2,07	متوسط	
			1,75	متدني	
0,057	2,518	3	2,86	ممتاز	أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي
			2,56	جيد	
			2,49	متوسط	
			2,00	متدني	

لم يُحدِث متغير المستوى المعيشي فروقا على مستوى كل عبارات المحور الرابع باستثناء عبارة واحدة فقط ألا وهي " الفاييسبوك جعلني أحس بالتذمر وعدم الرضا عن الواقع المعاش" والتي جاءت دالة إحصائيا ب0,000، بحيث نجد أعلى متوسط كان لذوي المستوى المعيشي الممتاز ب3,00 - مع الأخذ بعين الاعتبار عدم التجانس بين المجموعات - فأصحاب هؤلاء المستوى هم قلة مقارنة بالآخرين، أما أقل متوسط فكان لذوي المستوى المتدني وذلك ب1,50، فأصحاب المستوى المتوسط والمتدني اتجاههم مؤيد لمضمون هذه العبارة بينما نجد ذوي المستوى الجيد والممتاز يعارضون ذلك، فطبيعة الوضع الاجتماعي المعاش إذن تؤثر على مدى إحساس الشباب الجزائري بالتذمر من ذلك الواقع بفعل تأثير الفاييسبوك أو عدم ذلك، وهذا ما يوضحه الشكل البياني التالي:



شكل رقم (26): يربط بين المستوى المعيشي ومدى عدم موافقة المبحوثين

على إحساسهم بالتذمر إزاء الواقع المعاش بفعل تأثير الفاييسبوك

جدول رقم 78: يربط بين متغير المستوى التعليمي والمحور الفرعي الرابع:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود
0,329	1,116	2	1,00	إبتدائي	أحلة بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر
			1,95	ثانوي	
			2,09	جامعي	
0,152	1,890		2,00	إبتدائي	أحس بالتذمر وعدم الرضا عن الواقع المعاش
			2,36	ثانوي	
			2,09	جامعي	
0,895	0,111	2	2,00	إبتدائي	أنني مندمج أكثر في المجتمع الجزائري
			2,02	ثانوي	
			2,09	جامعي	
0,035	3,373	2	2,00	إبتدائي	أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي
			2,23	ثانوي	
			2,53	جامعي	

يُظهِرُ لنا هذا الجدول أن نتيجة العبارة " أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي" جاءت دالة إحصائياً بقيمة 0,035، والتأثير يكمن هنا تحديداً بين المستوى الثانوي والجامعي، حيث أن الاتجاه العام لأفراد العينة تمثل في عدم الموافقة، إلا أننا نجد أن هناك نسبة لا بأس بها من الثانويين يوافقون بأن الفايسبوك جعلهم يميلون أكثر للإعجاب بنمط الحياة اليومية الغربية على حساب المجتمع المحلي.

جدول رقم 79: يربط بين متغير الحالة الاجتماعية والمحور الفرعي الرابع:

البنود	المتوسط الحسابي	قيمة Df	قيمة F	د. الدالة
أحلم بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر	أعزب	2	6,556	0,002
	متزوج			
	مطلق			
أحس بالتذمر وعدم الرضا عن الواقع المعاش	أعزب	2	2,237	0,108
	متزوج			
	مطلق			
أحس أنني مندمج أكثر في المجتمع الجزائري	أعزب	2	0,725	0,485
	متزوج			
	مطلق			
أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي	أعزب	2	4,013	0,019
	متزوج			
	مطلق			

تُظهِرُ لنا نتائج هذا الجدول أن هناك عبارتين داليتين إحصائياً في هذا المحور والأمر يتعلق تحديداً بعبارة " أحلم بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر" والتي بلغت درجة دلالتها 0,002، حيث نجد أن نسبة معتبرة من الشباب غير المتزوجين جعلهم الفايسبوك يحلمون بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن المجتمع الجزائري والتفاوت بين المؤيدين والمعارضين لفحوى هذه العبارة ليس بالبعيد، بينما نجد هذا عند المتزوجين لكن لدى عدد قليل جداً، وهذا يرجع إلى طبيعة الحالة الاجتماعية في حد ذاتها، والتي تفرض على الأفراد التزامات اجتماعية تحدد اتجاههم نحو الفكرة

المتضمنة في هذه العبارة، والفروق هنا ليست بالكبيرة؛ فالاتجاه العام يميل إلى عدم الموافقة بحيث أن المتوسط الحسابي للعازبين قد بلغ 2,01، بينما متوسط المتزوجين بلغ 2,33.

أما العبارة الثانية والتي كان مفادها " أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي" فجاءت دالة إحصائيا بقيمة 0,019، فمتغير الحالة الاجتماعية يعتبر مؤثرا لكن ليس بشكل كبير ففئة المتزوجين يُنْفَوْنَ أن الفايسبوك جعلهم يميلون إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب نمط الحياة اليومية في المجتمع الجزائري، فمتوسطهم الحسابي قُدِرَ بـ 2,69 بينما 2,46 للعازبين الذين نجدد البعض منهم ممن يوافقون على أن الفايسبوك قد أثر عليهم في هذا الجانب، في حين لا يعتبر متغير الحالة الاجتماعية مؤثرا على اتجاه المبحوثين نحو العبارات المتبقية.

جدول رقم 80: يربط بين متغير المستوى المهني والمحور الفرعي الرابع:

البنود	المتوسط الحسابي	قيمة T	د. الدلالة
أحلم بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر	عامل	2,17	0,023
	عاطل عن العمل	1,98	
أحس بالتذمر وعد الرضا عن الواقع المعاش	عامل	2,10	0,741
	عاطل عن العمل	2,13	
أحس أنني مندمج أكثر في المجتمع الجزائري	عامل	2,09	0,855
	عاطل عن العمل	2,07	
أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي	عامل	2,60	0,004
	عاطل عن العمل	2,40	

يَبَيِّنُ لنا من خلال البيانات المُتَحَصَّل عليها في هذا الجدول بأن العبارة الأولى " الفايسبوك جعلني أحلم بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر" جاءت دالة إحصائيا؛ فدرجة دلالتها هي أقل من 0,005 وذلك بـ 0,023 والفارق هنا هو بفعل تأثير متغير المستوى المهني، حيث يَتَضَحُّ لنا الفرق من خلال المتوسطات الحسابية والتي بلغت قيمتها لدى العاملين 2,17 و لدى العاطلين عن العمل 1,98، فمن خلال الاطلاع على المعطيات التفصيلية لاختبار T.TEST وكذا الاطلاع على كل من التكرارات والنسب المئوية اتضح لنا بأن العاطلين عن العمل يوافقون إلى حد

كبير على أن الفاييسبوك جعلهم يحلمون بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر بينما نجد أن العاملين من أفراد العينة لا يؤيدون ذلك بحيث يُفندون حدوث هذا التأثير وبأن الفاييسبوك لم يجعلهم يتمنون العيش خارج مجتمع آخر، فطبيعة الوضع المهني تعتبر مؤثرة هنا إذن، وهذا التأثير كان أيضا على مستوى العبارة الأخيرة " أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي" التي بلغت درجت دلالتها 0,004 فهناك نسبة لا بأس بها من العاطلين عن العمل أقرت بميلها إلى الإعجاب بنمط الحياة اليومية الغربية على حساب المجتمع العربي بينما تقل هذه النسبة إلى حد كبير لدى العاملين، إلا أن الاتجاه العام هو موحد ويميل إلى الرفض، وبالنسبة للعبارات المتبقية لم يحدث هذا العامل أي تأثير عليها.

جدول رقم 81: يربط بين متغير عدد ساعات استخدام الفاييسبوك والمحور الفرعي الرابع:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود
0,026	3,101	3	2,12	أقل من ساعة	أحلم بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن المجتمع الجزائري
			2,25	ساعة-ساعتين	
			2,02	3ساعات - 4ساعات	
			1,95	5 ساعات فما فوق	
0,030	3,012	3	2,27	أقل من ساعة	أحس بالتذمر وعدم الرضا عن الواقع المعاش
			2,25	ساعة-ساعتين	
			1,97	3ساعات - 4ساعات	
			2,08	5 ساعات فما فوق	
0,170	1,680	3	1,83	أقل من ساعة	أحس أنني مندمج أكثر في المجتمع الجزائري
			2,07	ساعة-ساعتين	
			2,17	3ساعات - 4ساعات	
			2,07	5 ساعات فما فوق	
0,019	3,353	3	2,63	أقل من ساعة	أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي
			2,57	ساعة-ساعتين	
			2,57	3ساعات - 4ساعات	
			2,35	5 ساعات فما فوق	

تُظهرُ لنا نتائج اختبار ANOVA في هذا الجدول بأن متغير عدد ساعات استخدام الفايسبوك يعتبر عاملاً مؤثراً على العديد من العبارات في هذا المحور والتي كانت نتيجتها دالة إحصائية، ومن بينها العبارة الأولى "الفايسبوك جعلني أحلم بالعيش في مجتمع آخر بعيداً عن المجتمع الجزائري" والتي تشير نتيجة متوسطاتها الحسابية إلى أن أعلى متوسط قُدِّرَ بـ 2,25 لفئة الشباب الجزائري الذين يستغرقون من ساعة إلى ساعتين في استخدام الفايسبوك بينما أدنى متوسط قُدِّرَ بـ 1,95 لفئة المفرطين في استخدام الفايسبوك من 5 ساعات فما فوق، فالملاحظ هنا هو أنه كلما زاد حجم أو بالأحرى مدة استخدام الفايسبوك كلما زادت درجة موافقة المبحوثين على هذه العبارة وكلما ازداد تأييدهم بأن الفايسبوك قد أثر عليهم وجعلهم يتمنون العيش في مجتمع آخر بعيداً عن المجتمع الجزائري، ويكون هذا بشكل فائق لدى المفرطين في استخدام الفايسبوك، بينما نجد أن من يستخدمونه لمدة أقل من ساعة ومن ساعة إلى ساعتين فدرجة رفضهم ومعارضتهم لهذه الفكرة هي أعلى حيث لا يقرون بهذا التأثير.

ونفس الملاحظات يمكن إدراجها فيما يتعلق بعبارة "الفايسبوك جعلني أحس بالتذمر وعدم الرضا عن الواقع المعاش" باستثناء أن أعلى درجة تذمر لم تكن لدى المفرطين في استخدام الفايسبوك (5 ساعات فما فوق) وإنما كانت لدى من يستخدمونه من 3 ساعات إلى 4 ساعات وكان هذا بمتوسط حسابي بلغ 2,2 بينما الأقل استخداماً للفايسبوك يعارضون هذه الفكرة، أما العبارة الرابعة والتي كان مفادها "الفايسبوك جعلني أحس أنني مندمج أكثر في المجتمع الجزائري" لم تأت دالة إحصائية إلا أننا من خلال الاطلاع على البيانات التفصيلية وجدنا بأن الذين يستخدمون الفايسبوك من 3 ساعات إلى 4 ساعات ومن 5 ساعات فما فوق يحسون بدرجة عالية من الاندماج في المجتمع الجزائري بفعل تأثير الفايسبوك بينما الأقل استخداماً لا يحسون بأن الفايسبوك ساعدهم في الاندماج في مجتمعهم المحلي مع وجود فئة لا بأس بها منهم تُقرُّ ذلك وبهذا الاتجاه العام هو مؤيد في غالبيته وينفي أن الفايسبوك هو سبب للعزلة عن المجتمع الواقعي.

العبارة الأخيرة "الفايسبوك جعلني أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي" نجدها تختلف نوعاً ما عن الملاحظات السابقة، فالاتجاه هنا هو موحد ويميل إلى المعارضة في مجمله، حيث نجد فئة قليلة فقط توافق على مضمون هذه العبارة، وأكبر نسبة من

هؤلاء هي للمفرطين في استخدام الفايسبوك الذين بلغ متوسطهم الحسابي أقل قيمة ممكنة مقارنة مع متوسطات الفئات الأخرى وهذا ب2,35.

مناقشة:

بالرغم من أن اتجاه الشباب الجزائري يؤكد بأن الفايسبوك لم يؤثر على نظرتهم للمحيط الاجتماعي حيث يذهبون نحو نفي أن الفايسبوك قد جعلهم يحلمون بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر وبأنه لم يجعلهم يشعرون بالتذمر من الواقع المعاش وبأنهم من جهة أخرى أصبحوا يحسون بالاندماج أكثر في المجتمع بفعل تأثير الفايسبوك، إلا أنه لا يوجد تفاوت كبير بين هذه المواقف والآراء المخالفة لها، فإذا تكلمنا بلغة الأرقام نجد أن 45,8% من الشباب الجزائري لا يوافقون بأن الفايسبوك جعلهم يحلمون بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر في حين نجد 38,4% يوافقون على ذلك، وكما نجد 46,8% من هؤلاء الشباب يعارضون بأن الفايسبوك جعلهم يتذمرون من الواقع المعاش في حين نجد أن 35,6% يؤيدون ذلك وفي نفس السياق نجد أيضا أن 41,4% من الشباب جعلهم الفايسبوك يحسون بالاندماج في المجتمع الجزائري في حين نجد 33,4% ينفون ذلك.

فالتأثير هنا موجود ويفرض نفسه فيما يتعلق بتأثير الفايسبوك على نظرة المبحوثين إلى محيطهم الاجتماعي باستثناء ما يتعلق بدور الفايسبوك في جعل الشباب يميلون إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب المجتمع العربي، أين يغلب هنا نفي ذلك وإلى حد كبير.

وكما سبق وأن رأينا من خلال الجداول المدرجة في هذا المحور تلعب المتغيرات الأساسية للدراسة دورا كبيرا في التأثير على اتجاهات أفراد العينة نحو مختلف البنود، ففيما يتعلق بمتغير الجنس وجدنا بأن الفايسبوك يجعل الإناث يشعرن بالاندماج في المجتمع الجزائري أكثر من الذكور وقد سبق وأن أشرنا إلى الدور الهام الذي يلعبه الفايسبوك على سعيد الحياة الاجتماعية للإناث مقارنة بالذكور (أنظر مناقشة ص)، وعلى العكس من ذلك إذا نظرنا إلى تأثير متغير الجنس على مدى جعل الفايسبوك للشباب الجزائري يُعجَبُونَ بنمط الحياة الغربية على حساب المجتمع العربي، فهنا نجد أن الذكور يوافقون على هذا الأمر أكثر من الإناث رغم أن كلاهما يملكان اتجاهها معارضا ويرجع هذا الأمر إلى أن هؤلاء الذكور في المجتمع الجزائري في الأساس لديهم

أفكار مسبقة حول الحياة خارج وطنهم، فهم يملكون تصورات ايجابية على الأغلب، والفايسبوك عزز من تلك التصورات نوعا ما؛ خاصة أنه يعتبر من بين الوسائل التي يلجئون إليها ليتمكنوا من الهجرة إلى الخارج عن طريق إقامة علاقات عاطفية مع الأجنيات مثلا، ففكرة الإعجاب بالحياة في أوروبا واعتبارها مثالية وكأنها الجنة فكرة سائدة في المجتمع الجزائري؛ حيث يتهيأ لهؤلاء الشباب في بعض الأحيان أن الوصول إلى أوروبا هو الحل لكل مشاكلهم، فهنا نجد أن هؤلاء الذكور لديهم استعداد للتأثر بنمط الحياة الغربية عبر الفاييسبوك أكثر من الإناث اللواتي لا يصل سقف تفكيرهن إلى هذا الحد من الطموح، وإنما يذهب في كثير من الأحيان إلى التطلع إلى العمل أو الزواج.

ومن المتغيرات المؤثرة أيضا نجد متغير السن، والذي وجدنا على إثره بأن الشباب اليافع خاصة الأصغر سنا (18-22) يُعززون بأن الفاييسبوك جعلهم يحلمون بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن المجتمع الجزائري، في حين أن الشباب البالغ الذين يتراوح عمرهم ما بين 27-36 يرفضون الإقرار بهذا التأثير، فدرجة النضج هنا تلعب دورا كبيرا في تحديد اتجاه المبحوثين، فالبالغين من الشباب يُفترَضُ أن يكونوا واقعيين أكثر كما تكون درجة وعيهم أكبر على اعتبار تجربتهم الأوسع في الحياة، ونفس الملاحظة تنطبق على مدى الإعجاب بنمط الحياة الغربية حيث أن الأصغر سنا جعلهم الفاييسبوك يُعجَبُونَ بنمط الحياة الغربية على حساب المجتمع العربي أكثر من الشباب البالغ ويتماشى هذا مع المستوى التعليمي أيضا حيث أن الثانويين هم الأكثر تأثرا بالفايسبوك في ما يختص بهذا الأمر مقارنة مع الجامعيين.

وفيما يتعلق بمتغير الحالة الاجتماعية نجد العازبين من العينة جعلهم الفاييسبوك يحلمون بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر أكثر من فئة المتزوجين، وجاء التأثير على هذا النحو تبعا لطبيعة الوضعية الاجتماعية؛ فالمتزوجون على عاتقهم اهتمامات ومسؤوليات وانشغالات عائلية ومهنية في حين أن العازبين متحررين من كل هذا، مما يجعل تأثرهم لربما أكبر من الآخرين، وهذا رغم أن الاتجاه العام يميل إلى المعارضة، ونفس الأسباب يمكن إدراجها بالنسبة لمدى جعل الفاييسبوك أفراد العينة يُعجَبُونَ بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي فالإتجاه هنا يذهب نحو عدم الموافقة على هذا التأثير غير أن المؤيدين لهذا التأثير من العازبين هم أكثر من المتزوجين.

ونجد المستوى المهني على غرار المتغيرات السابقة يؤثر بدوره على اتجاه المبحوثين فالاتجاه هنا كان مختلفا، فالعاملين يعارضون فكرة أن الفايسبوك جعلهم يحلمون بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر، بينما نجد أن العاطلين عن العمل يُؤدّون موافقتهم على أن الفايسبوك قد أثر عليهم في هذا الجانب، فطبيعة الوضع المهني تؤثر لا محال، فالعاملين يكونون عادة في حالة من الاستقرار الاجتماعي بينما العاطلين عن العمل يحسون بعدم الرضا عن وضعهم، وهذا يؤثر حتى على نفسياتهم وطريقة تفكيرهم إزاء الواقع المعاش، فتبعاً لهذا نجد أنهم يتأثرون بشكل أكبر، ونفس الأمر ينطبق على مدى جعل الفايسبوك للشباب يعجبون بنمط الحياة الغربية فالاتجاه هنا لا يختلف وإنما كلاهما يعارضان ذلك غير أن العاطلين عن العمل يُؤدّون تأثرهم أكثر من العاملين.

وفيما يتعلق بتأثير متغير مدة استخدام الفايسبوك، فقد تبين من خلال ما سبق من جداول أنه كلما زادت مدة الاستخدام كلما زاد التأثير، فمن يستخدمون الفايسبوك لمدة أقل من ساعة يعارضون بأنه جعلهم يحلمون بالعيش في مجتمع آخر في حين نجد أن الفئة الأكبر ممن يقضون 5 ساعات فما فوق يوافقون على ذلك، فالاستغراق في الاستخدام لوقت طويل يكون دافعا إلى التأثير أكثر بسبب التعرض الدائم والمتكرر للأفكار سواء من خلال المحادثات مع الآخرين أو من خلال المنشورات التي يتم توزيعها، والتي تعرض التطور، الرقي ورفاهية الحياة اليومية التي يعيشها الأجانب، فبهذا يصبح الفرد يتطلع إلى ذلك العالم البعيد، فيعجب به ومن ثم يقل رضاه عن واقعه على إثر المقارنة بين النمط المختلف للحياتين، مما يفتح المجال للاغتراب الاجتماعي للأفراد عن مجتمعهم المحلي، بينما من يستخدمون الفايسبوك لوقت قصير فدرجة التأثير تكون أقل، أما فيما يختص بمدى جعل الفايسبوك أفراد العينة يعجبون بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعهم العربي، فنجد قليلي الاستخدام يعارضون ذلك بينما نجد أن أكبر نسبة ممن يوافقون على هذا كانت للمفرطين في الاستخدام من 5 ساعات فما فوق، لكن الاتجاه العام يبقى موحد بين مختلف الفئات فالكل يميل إلى المعارضة، ويختلف الأمر عند الحديث عن جعل الفايسبوك الأفراد يحسون بالتذمر من الواقع المعاش، فالذين يستخدمون الفايسبوك من 3 ساعات إلى 4 ساعات أقرّوا بأنه أثر عليهم في هذا الجانب وكان هذا بـ 43,3% وهذا بدرجة أعلى من المفرطين في الاستخدام الذين ينفون حدوث هذا التأثير أما الأقل استخداما فهم يعارضون هذه الفكرة تماما، فحجم التعرض هنا له علاقة قوية بمدى التأثير.

5- تحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة وبين مدى تأثير الفايسبوك على قيم ومعايير الشباب الجزائري:

قد تبين من خلال استخدام اختباري ANOVA & T.TEST أنه لا توجد فروق دلالية بين متغير الجنس، المستوى المعيشي ومتغير الحالة الاجتماعية وبين مدى تأثير الفايسبوك على قيم ومعايير أفراد العينة، بينما نجد أن مجمل المتغيرات المتبقية لها تأثير على اتجاهات الباحثين نحو هذا المحور بما في ذلك: السن، المستوى التعليمي، المستوى المهني وكذا مدة استخدام الفايسبوك، وهذا ما يمكن توضيحه بشكل أكبر من خلال الجداول الآتية:

جدول رقم 82: يربط بين متغير الجنس والمحور الفرعي الخامس:

البنود	المتوسط الحسابي	قيمة T	د. الدلالة
جعلني أفقد القدرة على المحاورة والتحدث مع الآخرين في المجتمع الواقعي	ذكور	2,57	0,523
	إناث	2,61	
جعلني أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية	ذكور	2,62	0,107
	إناث	2,72	
أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي الواقعية	ذكور	2,47	0,492
	إناث	2,42	

يتبين لنا من خلال مقارنة المتوسطات الحسابية والتي تم استخراجها عن طريق استعمال اختبار T. Test بأنه لا يوجد تفاوت أو فروق تكاد تذكر، فقيم المتوسطات جاءت متقاربة كما أن درجات الدلالة كلها فاقت 0,005 وبالتالي لا يعتبر متغير الجنس عاملاً مؤثراً على اتجاه الباحثين نحو مضامين عبارات هذا المحور.

جدول رقم 83: يربط بين متغير المستوى المعيشي وبين المحور الفرعي الخامس:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود
0,810	0,322	3	2,57	ممتاز	جعلني أفقد القدرة على المحاورة والتحدث مع الآخرين في المجتمع الواقعي
			2,62	جيد	
			2,58	متوسط	
			2,42	متدني	
0,284	1,269	3	3,00	ممتاز	جعلني أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية
			2,70	جيد	
			2,66	متوسط	
			2,42	متدني	
0,742	0,415	3	2,71	ممتاز	أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي الواقعية
			2,42	جيد	
			2,44	متوسط	
			2,58	متدني	

لا يؤثر متغير المستوى المعيشي على مختلف العبارات في هذا المحور، بحيث أن جميع درجات الدلالة فاقت 0,005، حيث بلغت دلالة العبارة الأولى 0,810 أما قيمة دلالة العبارة الثانية فقدرت بـ 0,284 في حين نجد درجة دلالة العبارة الأخيرة بلغت 0,742، وما نلاحظه من تفاوت بين المستوى المعيشي الممتاز وبقية المستويات الأخرى من حيث المتوسطات الحسابية يرجع إلى عدم التناسب بين المجموعات لا غير وليس تبعا لوجود فروق في الاتجاه.

جدول رقم 84: يربط بين متغير الحالة الاجتماعية والمحور الفرعي الخامس:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود
0,507	0,679	2	2,57	أعزب	جعلني أفقد القدرة على المحاورة والتحدث مع الآخرين في المجتمع الواقعي
			2,66	متزوج	
			2,75	مطلق	
0,111	2,209	2	2,42	أعزب	جعلني أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية
			2,55	متزوج	
			2,25	مطلق	
0,340	1,081	2	2,46	أعزب	أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي الواقعية
			2,69	متزوج	
			3,00	مطلق	

على غرار الجدول السابق، لا توجد علاقة بين متغير الحالة الاجتماعية وبين مدى تأثير الفايسبوك على قيم ومعايير الشباب الجزائري، فأول عبارة "الفايسبوك جعلني أفقد القدرة على المحاورة والتحدث مع الآخرين في المجتمع الواقعي" جاءت دلالتها ب0,507، في حين قدرت ب0,111 بالنسبة للعبارة الثانية التي كان مفادها "الفايسبوك جعلني أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية" أما العبارة الأخيرة "الفايسبوك جعلني أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي الواقعية" فكانت نتيجتها أيضا غير دالة إحصائيا ب0,340، إذن مختلف الدرجات فاقت 0,005 وبالتالي لا يعتبر المستوى المعيشي عاملا مؤثرا على اتجاه المبحوثين.

جدول رقم 85: يربط بين متغير السن والمحور الفرعي الخامس:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود
0,006	5,153	2	2,44	22-18	جعلني أفقد القدرة على المحاورة والتحدث مع الآخرين في المجتمع الواقعي
			2,54	26-23	
			2,69	36-27	
0,000	8,111	2	2,46	22-18	جعلني أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية
			2,68	26-23	
			2,76	36-27	
0,000	10,121	2	2,21	22-18	أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجزؤ على القيام بها في حياتي الواقعية
			2,34	26-23	
			2,60	36-27	

تُظهرُ لنا نتائج اختبار ANOVA أن متغير السن يعتبر عاملاً مؤثراً على اتجاهات الباحثين في ما يختص بكل العبارات المتضمنة في الجدول أعلاه، حيث بلغت درجة الدلالة في العبارة الأولى 0,006، والفرق هنا يقع على مستوى الفئة العمرية من 27 حتى 36 سنة والتي أخذت أعلى متوسط حسابي مقارنة مع الفئتين المتبقيتين وذلك بـ 2,69، فالشباب البالغ وفقاً لهذا يمتاز هنا بدرجة عالية من الرفض أو المعارضة لهذه الفكرة حيث ينفون بأن الفايسبوك أثر على لغة تخاطبهم اليومية، في حين نجد عدداً لا بأس من الشباب اليافع يوافق على حدوث مثل هذا الأمر، غير أن هذا لم يكن بشكل كبير فالاتجاه العام يميل في مجمله إلى الرفض.

أما العبارة الثانية "الفايسبوك جعلني أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية" جاءت نتيجتها ذو دلالة إحصائية قوية بـ 0,000، كما أن أعلى متوسط كان لفئة 27-36 سنة بـ 2,76، وأدنى متوسط كان لفئة 18-22 وهذا بـ 2,46، فالشباب الجزائري الأصغر سناً يعارضون إلى حد ما أن الفايسبوك قد جعلهم يتبنون قيماً غربية دخيلة على قيمنا العربية المتعارف عليها إلا أن فئة معتبرة منهم توافق على حدوث هذا الأمر بينما الذين تتراوح أعمارهم بين 23-26 وبين 27-36 نجدهم يعارضون بشدة أن الفايسبوك قد أحدث مثل هذا التأثير بل ينفون ذلك، وهذا الرأي يمثل الاتجاه العام لكل الباحثين، والفرق هنا تكمن في درجة شدة عدم الموافقة.

وفيما يختص بالعبارة الأخيرة "الفايسبوك جعلني أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي الواقعية" فدرجة دلالتها أيضا جاءت قوية وهذا ب0,000، فأعلى متوسط هنا نجده عند الفئة 27-36 ب2,60، وأدنى متوسط لدى الفئة 18-22 ب2,21، والفروق هنا وقعت بين فئة الشباب البالغ وبين الفئتين المتبقيتين، حيث أن الشباب الأكبر سنا لا يوافقون بأنهم يقومون بتصرفات لا يجرؤون على القيام بها في حياتهم اليومية الواقعية، وهذا بنسبة غالبية، إلا أن الشباب الأصغر سنا رغم عدم خروج رأيهم عن الاتجاه العام والذي يميل إلى المعارضة إلا أنه هناك نسبة معتبرة تكاد تصل إلى ما يقارب نصف عددهم ممن يجزمون بأنهم يمارسون بعض الأمور أو يقومون ببعض التصرفات التي لا مجال للقيام بها في واقعهم الاجتماعي تبعا للعديد من القيود الاجتماعية.

جدول رقم 86: يربط بين متغير المستوى التعليمي والمحور الفرعي الخامس:

البنود	المتوسط الحسابي	قيمة Df	قيمة F	د. الدلالة
أفقد القدرة على المحاوراة والتحدث مع الآخرين في المجتمع الواقعي	إبتدائي	2	1,215	0,298
	ثانوي			
	جامعي			
الفايسبوك جعلني أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية	إبتدائي	2	1,128	0,324
	ثانوي			
	جامعي			
أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي الواقعية	إبتدائي	2	1,232	0,035
	ثانوي			
	جامعي			

لم يُؤثّر متغير المستوى التعليمي بشكل ملحوظ على كل من العبارة الأولى والثانية بينما نجد أنه اثر على العبارة الأخيرة " أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي الواقعية" والتي قدرت درجة دلالتها ب0,035، والفروق تقع هنا بين ذوي المستوى التعليمي الجامعي وذوي المستوى الثانوي، حيث بلغ متوسط الجامعيين 2,42، و2,61 للثانويين، فالاتجاه العام يتجه نحو عدم الموافقة على مضمون هذه العبارة غير أن عددا معتبرا من الجامعيين يُقرّون

بأنهم يقومون ببعض التصرفات في الفايسبوك التي لا يجرؤون على القيام بها في حياتهم الواقعية ويكون هذا بشكل أكبر من الثانويين.

جدول رقم 87: يربط بين متغير المستوى المهني والمحور الفرعي الخامس:

د. الدلالة	قيمة T	المتوسط الحسابي		البنود
		عاطل عن العمل	عامل	
0,050	1,966	2,65	عامل	أفقد القدرة على المحاورة والتحدث مع الآخرين في المجتمع الواقعي
		2,53	عاطل عن العمل	
0,030	2,170	2,74	عامل	أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية
		2,61	عاطل عن العمل	
0,052	1,947	2,51	عامل	أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي الواقعية
		2,37	عاطل عن العمل	

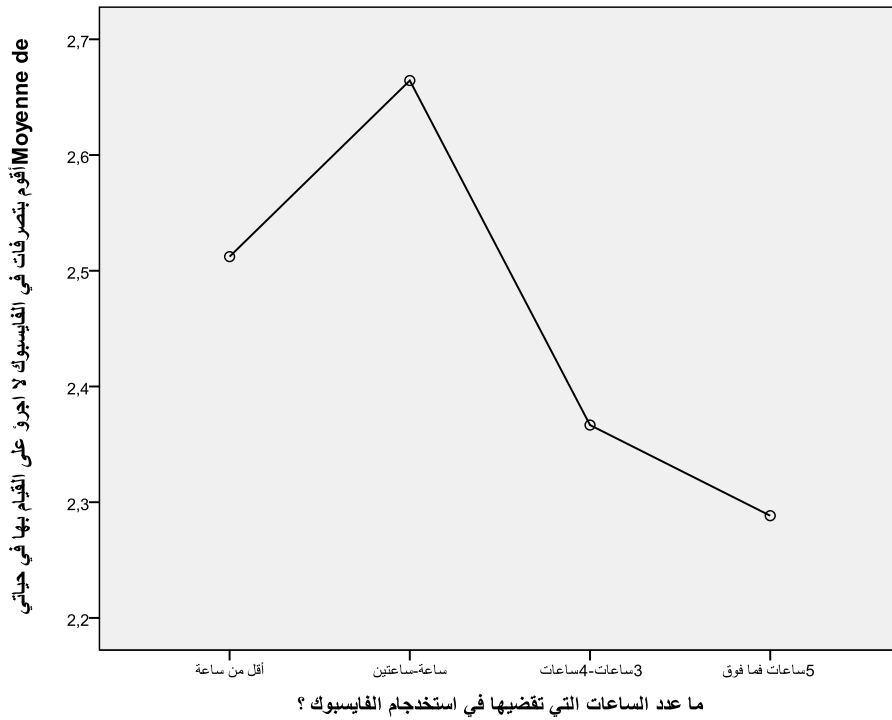
تشير مختلف النتائج في هذا الجدول وفقا لاختبار T.TEST إلى أن جميع العبارات جاءت غير دالة إحصائياً باستثناء العبارة الثانية التي قدرت قيمة دلالتها ب0,030؛ فمتغير المستوى المهني قد أحدث فروقا على الاتجاه نحو العبارة "الفايسبوك جعلني أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية" لكن تلك الفروق ليست بالكبيرة، فالإتجاه العام يذهب نحو رفض هذه الفكرة، إلا أننا نجد أن البعض من العاطلين عن العمل يوافقون على تأثير الفايسبوك على قيمهم أكثر من العاملين؛ فمتوسط العاطلين عن العمل قد بلغ 2,61 بينما قُدِّرَ ب2,74 للعاملين، ونفس الملاحظة تنطبق على العبارة الأخيرة التي كان فحواها "أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي الواقعية" حيث نجد العاطلين العمل يقومون بمثل هذه التصرفات التي لا مجال للقيام بها في واقعهم الحقيقي أكثر من العاملين، بالرغم من أن هذه العبارة جاءت غير دالة إحصائياً.

جدول رقم 88: يربط بين متغير عدد ساعات استخدام الفايسبوك والمحور الفرعي الخامس:

د. الدلالة	قيمة F	قيمة Df	المتوسط الحسابي		البنود
			أقل من ساعة	ساعة-ساعتين	
0,266	1,322	3	2,61	ساعة-ساعتين	أفقد القدرة على المحاوره والتحدث مع الآخرين في المجتمع الواقعي
			2,66	3ساعات- 4ساعات	
			2,50	5 ساعات فما فوق	
			2,71	أقل من ساعة	
0,048	2,649	3	2,79	ساعة-ساعتين	أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية
			2,61	3ساعات- 4ساعات	
			2,61	5 ساعات فما فوق	
			2,51	أقل من ساعة	
0,000	6,280	3	2,66	ساعة-ساعتين	أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي الواقعية
			2,37	3ساعات- 4ساعات	
			2,29	5 ساعات فما فوق	
			2,79	أقل من ساعة	

تدلُّ المتوسطات الحسابية المتحصل عليها في هذا الجدول على أن هناك فروقا تَنُجُّ عن تأثير متغير مدة استخدام الفايسبوك على اتجاه أفراد العينة نحو العبارة الثانية "الفايسبوك جعلني أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية" التي بلغت درجة الدلالة فيها 0,048، وكذا نحو العبارة الثالثة "أقوم بتصرفات في الفايسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي الواقعية" التي جاءت قيمة الدلالة فيها قوية وذلك ب0,000، ففي العبارة الثانية نجد أدنى متوسط كان لمن يستخدمون الفايسبوك لمدة 3 ساعات إلى 4 ساعات ولمدة 5 ساعات فما فوق وذلك ب2,61 أما أعلى متوسط فكان لمن يستغرقون من ساعة إلى ساعتين في استخدام الفايسبوك وذلك ب2,79 فوفقا لهذه البيانات نجد أن عدم موافقة الباحثين على أن الفايسبوك أثر على قيمهم العربية لصالح القيم الغربية يقل بشكل ملحوظ لدى الذين يستخدمون الفايسبوك لأقل وقت ممكن، مقارنة مع الذين يستغرقون وقتا طويلا في استخدامه، حيث ترتفع درجة موافقتهم على هذا نسبيا، غير أن الاتجاه العام للشباب الجزائري يميل إلى عدم الموافقة وبشكل لافت.

أما بالنسبة للعبارة الأخيرة، فالفروق الموجودة تعتبر كبيرة، بحيث نجد أعلى متوسط كان لمن يستغرقون من ساعة إلى ساعتين في استخدام الفايسبوك وهذا بـ2,66، وأدنى متوسط كان لمن يقضون من 5 ساعات فما فوق في استخدام الفايسبوك بـ2,29، فالملاحظ هنا وبشكل لافت بأن الذين لا يمضون وقتاً طويلاً في هذا العالم الافتراضي لا تصل فعالية الفايسبوك إلى درجة التأثير على السلوك، فهم ينفون هذا الأمر، وهذا لدى الأغلبية منهم، في حين نجد أن الذين يمضون وقتاً طويلاً في هذا العالم الافتراضي خاصة المفرطين في الاستخدام (5 ساعات فما فوق) نجدهم لا يوافقون على مضمون هذه العبارة لكن بشكل أقل مقارنة مع الآخرين، حيث ترتفع نسبة الأشخاص الذي يجزمون بأنهم في الفايسبوك يقومون بتصرفات لا يقومون بها في حياتهم اليومية الواقعية فكلما زادت مدة الاستخدام كلما زاد التأثير والعكس صحيح، وهذا ما يبينه الشكل البياني الآتي:



الشكل رقم (27): يربط بين الحجم الساعي لاستخدام الفايسبوك ومدى عدم موافقة المبحوثين

على قيامهم بتصرفات لا يجرؤون على القيام بها في حياتهم الواقعية

مناقشة:

تدُلُّ مختلف النتائج المتحصل عليها في هذا المحور على أن الشباب الجزائري ينفون إلى حد كبير بأن الفيسبوك قد أثر على معاييرهم وقيمهم، فهم يعارضون فكرة أنه قد أثر على لغتهم وأفقدتهم القدرة على الحوار والتحدث مع الآخرين في الواقع الحقيقي (72,6%)، وهم لا يعتبرون أيضاً بأن هذا المجتمع الافتراضي قد جعلهم يتبنون القيم الغربية على حساب القيم العربية المتعارف عليها في مجتمعهم المحلي (78%)، وكما أنهم يُنكِرُون قيامهم بتصرفات في الفيسبوك لا يجرؤون على القيام بها في حياتهم اليومية الواقعية (64,8%).

فإذا انطلقنا من آخر نقطة والتي تتعلق بالجانب السلوكي نجد أن 20,8% من أفراد العينة يعترفون بممارسة تصرفات لا يستطيعون ممارستها في مجتمعهم الحقيقي، فالاتجاه العام قد جاء معارضا لهذه الفكرة، ويأتي اتجاه المبحوثين على هذا النحو رغم ما يُتَّخَذُ الفيسبوك من حرية كبيرة ومن فرص لإخفاء الهوية، فالاعتراف هنا بممارسة تصرفات غير أخلاقية أو غير معتادة ليس بالأمر السهل بالنسبة للمبحوثين، الذين يعمد البعض منهم لأن يكونوا مثاليين من خلال إجاباتهم، وهذه مشكلة من المشكلات التي تعترض الباحث عند استخدام تقنية الاستمارة، وعلى وجه الخصوص عندما يتعلق الأمر بأسئلة مرجحة أو خاصة، كما أن تفاعل الشباب الجزائري مع الأشخاص الذين يعرفونهم في الواقع عبر الفيسبوك أكثر من التفاعل والاهتمام بالعلاقات الافتراضية، وكون هؤلاء الشباب يعرضون هوياتهم وذواتهم الحقيقية، فإن هذا يعتبر محددًا لتصرفاتهم في المجتمع الافتراضي، فهم يخضعون وفقا لهذا إلى نفس القيود الاجتماعية التي يخضعون لها في مجتمعاتهم المحلية لكن فيما يتعلق بالسلوك العلني الذي يظهر للجماعات التي ينتمون إليها افتراضيا، أما السلوك الخفي فيتحدد وفقا لشخصية كل فرد من حيث مدى الالتزام بالجانب الأخلاقي.

والواقع هنا يقول غير ذلك، وهذا ما نلّمحُه من خلال العديد من الصفحات الفيسبوكية التي نلاحظ من خلالها تجاوزا للأخلاقيات؛ ويكون هذا مثلا من خلال التعليقات التي يبديها المستخدمون على المنشورات باختلاف أنماطها، ففي الكثير من الأحيان تكون هذه التعليقات مُتَّصِمَةً لألفاظ مخلة بالحياء وتعبر عن مستوى غير راقٍ - إن صح التعبير - لبعض المستخدمين

فضلا على ما يُتَدَاوَلُ في وسائل الإعلام التقليدية وبشكل خاص الصحافة المكتوبة الجزائرية من أصداء لحوادث وظواهر شاذة عن المجتمع، وتصرفات لا أخلاقية اسْتُخْدِثَتْ بظهور الفايسبوك وانتشاره، وهذا ما يظهر من عناوين ومضامين العديد من المقالات والأخبار، والتي برزت منذ بداية ظهور الفايسبوك ولحد الساعة كما تُبَيِّنُهُ بعض العناوين فيما يأتي:

- المقال الذي عنون ب"جرائم العالم الافتراضي...بلا عقاب في الجزائر: تغنن في ابتزاز الفتيات وتخصص في قرصنة المواقع لسرقة الأموال دون حسيب"، وقد نشر هذا بجريدة الفجر بتاريخ 2011/12/11.¹
- خبر عنون ب"القبض على شاب رد على رفض صديقه الزواج منه بنشر صورها في الفايسبوك" والذي نُشِرَ في جريدة المشوار السياسي بتاريخ 2011/06/19.²
- "الفايسبوك في الجزائر...للإبتزاز، الجنس، والجريمة" الذي نشر بالبلاد أونلاين بتاريخ 2012/10/02.³
- "السب والشتم ينتقل إلى مواقع التواصل الاجتماعي"، نُشِرَ هذا بجريدة المقام بتاريخ 2013/10/25.⁴
- "شذوذ يطيح بلص يصطاد ضحايا عبر الفايسبوك"، والذي نُشِرَ بجريدة الشروق اليومي الجزائرية بتاريخ 2017/11/1.⁵

¹ ف.حمادي، جرائم العالم الافتراضي...بلا عقاب في الجزائر: تغنن في ابتزاز الفتيات وتخصص في قرصنة المواقع لسرقة الأموال دون حسيب، موقع جزايرس، جريدة الفجر، 2011/12/11، تم الاطلاع يوم: 2017/12/3.

² خيرة طيب عتو، القبض على شاب رد رفض صديقه الزواج منه بنشر صورها في الفايسبوك، موقع جزايرس، جريدة المشوار السياسي، 2011/06/19، تم الاطلاع يوم: 2017/12/3.

³ لطيفة زهية، الفايسبوك في الجزائر...للإبتزاز، الجنس والجريمة، موقع جزايرس، جريدة البلاد أونلاين، 2012/10/02، تم الاطلاع يوم: 2017/12/3.

⁴ نجاه دودان، السب والشتم ينتقل إلى مواقع التواصل الاجتماعي، الموقع الرسمي لجريدة المقام، 2013/10/25، <http://www.elmakam.com/?p=18747>، تم الاطلاع يوم: 2017/12/3.

⁵ حورية.ب، شذوذ يطيح بلص يصطاد ضحايا عبر الفايسبوك، صفحة الحدث، جريدة الشروق اليومي الجزائرية، 2017/11/1، العدد 5623، ص4.

- "الفايسبوك يطيح بعصابة في باتنة"، الذي نُشِرَ أيضا بجريدة الشروق اليومي الجزائرية بتاريخ 2017/12/3¹.

هذه عينة بسيطة فقط مما يُنشرُ ومما تحقّل به الصحافة المكتوبة الجزائرية من مواضيع وأخبار تتضمن حوادث ومظاهر تُعبرُ بأن الفاييسبوك فتح المجال لتجاوز القيود الاجتماعية التي كانت تحكم الأفراد في ما سبق، مما أدى بالبعض إلى القيام بسلوكيات غير أخلاقية لا يجرؤون على القيام بها في مجتمعهم المحلي، فهم يتصرفون على ذلك النحو لإحساسهم بأنهم محميين اجتماعيا لأنهم مجهولين في ظل عدم الكشف عن الهوية وإمكانية إخفائها -كما سبق وأن ذكرنا- وقد أشار إلى هذا مؤخرًا الأستاذ محمد حمادي في مقال افتتاحي له بجريدة الشروق اليومي الجزائرية بتاريخ 2017/11/12، والذي أشار فيه إلى أن "الانحراف الاجتماعي انتقل من الواقع إلى العالم الافتراضي وأفرز ممارسات وسلوكيات خطيرة أبطالها أشخاص يتخفون وراء شاشات الحواسيب والهواتف النقالة، ولا يتوانون عن نفث عقدهم النفسية على الشبكة،... غير مبالين بالآثار السلبية التي تنتج عن مثل هذه السلوكيات المشينة التي دمرت عائلات وقطعت أرزاقا ونسفت استقرار مجتمعات"، وكما يضيف قائلا: "الأنماط السلوكية غير السوية التي أضحت البيئة الرقمية أكبر حاضن لها أحدثت خلخلة في القيم الأخلاقية والدينية في المجتمع الجزائري، وأنتجت كائنات سادية تتلذذ بإيذاء الناجحين في شتى المجالات..."².

وما يُعزّزُ فكرة تجاوز الجانب الأخلاقي عبر الفاييسبوك هو ما توصلت إليه أحدث الدراسات العربية الحديثة من حيث أن البحث عن الجنس عبر الفاييسبوك يحتل المرتبة الأولى في الجزائر ومصر، فالانحرافات الجنسية أصبحت منتشرة عبر هذا المجتمع الافتراضي، حيث يشير إغزافيّار نويل ("Xavier Noel") إلى أن هناك مستخدم من بين خمس مستخدمين يتصف بسلوكات جنسية سيبرونية، وكما يشير إلى أن فرصة إخفاء الهوية والأسماء المستعارة تعطي فرصة للأشخاص

¹ طاهر حليسي، الفاييسبوك يطيح بعصابة في باتنة، الصفحة الأخيرة، جريدة الشروق اليومي الجزائرية، 2017/12/03، العدد 5655، ص 24.

² محمد حمادي، جوبلز وإخوانه بيننا، جريدة الشروق اليومي الجزائرية، صفحة مرصد الشروق، العدد 5634، يوم 2017/11/12، ص 2.

للتعبير عن مشاعر حميمية جدا بسرعة، فضلا على الغياب الجسدي للإنترنتي وهو ما يُنقِصُ الخوف والخجل وأحاسيس الذنب"¹.

وينبغي هنا أن نشير إلى أن متغير السن يعتبر عاملا مؤثرا على اتجاه أفراد العينة، حيث نجد أن الشباب اليافع خاصة الأصغر سنا يُقَرُونَ بأنهم يمارسون تصرفات لا يجروون على ممارستها في واقعهم الفعلي؛ فقد قُدِرَ هذا بـ 29,9% لفئة 18-22 سنة، وبـ 25,5% لفئة 23-26 هذا رغم أن اتجاههم ككل يذهب إلى معارضة حدوث مثل هذا التأثير على سلوكهم، بينما الذين يتراوح عمرهم ما بين 27 و 36 أي الشباب البالغ نجدهم لا يوافقون على ذلك بنسبة عالية بما يعادل 73,8%، فالأكبر سنا يكونون على العموم أكثر نضجا ووعيا وأكثر التزاما بما يتوافق مع مجتمعهم المحلي بينما الأصغر سنا يميلون أكثر إلى التحرر وممارسة كل ما هو جديد وتجربة كل شيء، حيث يكونون منفتحين على كل الآفاق ودون شعورهم بوجود حدود لذلك، كما يتمتعون بالمصادقية والعفوية في إبداء آرائهم.

وفي نفس الصدد نجد أن متغير مدة الاستخدام يؤثر بدوره على اتجاه المبحوثين فيما يتعلق بالقيمة السلوكية، حيث نجد أن الأقل استخداما يعارضون فكرة تأثير الفايسبوك على سلوكهم بصفة كبيرة، فالذين يستخدمونه مثلا لمدة أقل من ساعة يمانعون في ذلك بـ 70,7%، ومن يستخدمونه من ساعة إلى ساعتين: 76%، أما الذين يستخدمون الفايسبوك لمدة طويلة وخاصة المفرطين في الاستخدام نجد نسبة الذين يوافقون منهم على أنهم يقومون بسلوكيات في المجتمع الافتراضي ولا يقومون بها أبدا في الواقع مرتفعة مقارنة بالفئات الأخرى وهذا بـ 27,6%، رغم أن اتجاههم أيضا جاء معارضا، فالوقت المستغرق في الاستخدام له تأثيره في إتباع سلوك دون آخر وفي التمسك بما هو سائد في المجتمع أو التنصل من المعايير السائدة التي تعتبر محددات للسلوك وضابطة له.

وبالرجوع إلى الحديث عن تأثير الفايسبوك على مدى قدرة الشباب على التحاور والتحدث مع الآخرين في مجتمعهم الحقيقي وعلى مدى تأثيره على لغتهم، قد تم التوصل إلى أن الشباب الجزائري ينفي ذلك وإلى حد كبير، فالإتجاه هنا جاء معارضا، غير أننا نجد أن البعض من الشباب اليافع يؤكد حدوث هذا التأثير رغم أن هذا جاء بنسبة قليلة، أما الشباب البالغ فهم ينفون حدوث

¹ وداد شميسي، المنتديات الإلكترونية: بين التفاعلية وفن الحوار الافتراضي، مرجع سبق ذكره، ص 94.

ذلك إلى حد كبير، فكثرة المحادثات الإلكترونية من الممكن أن تؤثر على طريقة تواصل الآخرين من خلال الاتصال المواجهي، ويظهر هذا التأثير على مستوى اللغة، هذا في ظل أن البيئة الإلكترونية قد فرضت لغة عصر جديدة يُتَعَارَفُ عليها عادة بمصطلح "اللغة الرقمية".

" فظهور شبكات التواصل الاجتماعي وانتشارها قد فرض مثلا إدخال رموز وأرقام سواء على المستوى الحرفي أو المجازي، وأصبحت اللغة العربية تُكْتَبُ بحروف وأرقام ورموز فرنسية وإنجليزية، كما تم إدماج اللهجة العامية (الدرجة) بكتابة عربية، إلى جانب التعبير عن الأفكار والمشاعر والحالات النفسية باستخدام الرسومات البسيطة والرموز"¹، هذا الأمر الذي أثبتته العديد من الدراسات من حيث أنه يؤثر على الهوية العربية لا محال²، وعلى مضي الوقت يؤثر على أسلوب الحوار في حد ذاته.

أما إذا تحدثنا عن تأثير الفايسبوك على قيم الشباب الجزائري، فنجدهم يتخذون اتجاهها معارضا لهذا التأثير باستثناء نسبة قليلة جدا فيما يقارب 10,8%، وهذا رغم أن الفايسبوك مجتمع واسع يسمح بالتقاء ثقافات مختلفة، كما أن هذه التكنولوجيا هي من صنع الآخر، وعادة ما تؤثر الثقافة الغالبة على الثقافة المغلوبة، " فالنظام الثقافي الكوني المصاحب للعولمة يستند إلى رؤية ليبرالية جديدة تتقوّم بمجموعة من القيم الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والأخلاقية التي تنشرها قوى التواصل والاتصال، ووسائط الإعلام الحديثة عبر الحدود والفضاءات المحلية، فيكون من آثارها إعادة تشكيل وجودنا الثقافي وهويتنا الخاصة"³، فالتأثير هو موجود رغم صعوبة قياسه، إلا أنه وفي هذه الدراسة من المفترض أن ما يقلل من هذا التأثير بالنسبة لهؤلاء الشباب أنهم يتواصلون في أغلب الأحيان مع الأشخاص الذين يعرفونهم في الواقع، فهم يولون اهتمامهم للعلاقات الاجتماعية الواقعية عبر الفايسبوك أكثر من العلاقات الافتراضية، كما أن الاتجاه جاء على هذا النحو لأننا تساءلنا حول القيم بشكل عام بينما كان من الأفضل أن نطرحها وفق تصنيف معين

¹ نوال وسار، أزمة اللغة العربية في المجال الافتراضي لدى الشباب، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 7، الجزء 1، جوان 2017، ص 198.

² المرجع نفسه، ص 194.

³ كمال عبد اللطيف، المعرفي الإيديولوجي، الشبكي، مرجع سبق ذكره، ص 126.

ويشكل محدد ومفصل، كالقول مثلا: القيم الدينية، ومن ثم نحددها القيم الاجتماعية، وتصنيفها.. أو غير ذلك من تصنيفات القيم المتعارف عليها.

ويجدرُ بنا أن نشير هنا إلى أن متغير السن قد أثر أيضا على اتجاه المبحوثين، فالنسبة الأكبر من الشباب الذين يعتبرون بأن الفايسبوك جعلهم يتبنون قيما غربية على حساب القيم العربية نجدهم ممن يتراوح عمرهم ما بين 18 و22، بينما نجد الأغلبية الساحقة من الشباب البالغ ترفض هذه الفكرة، وحدث مثل هذا التأثير إلى درجة كبيرة جدا بما يعادل 82%، فالشباب اليافع على اعتبار بأن هويتهم تكون لا تزال في طور التشكل نجدهم أكثر تقبلا لكل ما هو جديد أو مختلف عكس الآخرين، ومن جانب آخر نجد أن مدة الاستخدام تعتبر من المتغيرات المؤثرة نوعا ما فالفروق هنا كما سبق وأن رأينا في الجداول السابقة لا تعتبر كبيرة، فالاتجاه العام يسير نحو عدم الموافقة، إلا أن الأقل استخداما هم الأقل توثرا مقارنة مثلا مع المفرطين في الاستخدام، فطول مدة الاستخدام تجعل الفرد ينغمس في المجتمع الافتراضي وتجعله في بعض الأحيان يتنصل من مجتمعه الواقعي مما يتيح فرصا للتأثير على مستوى القيم، فالتأثير هنا مرتبط أيضا بطبيعة ما يتابعه الفرد عبر الفايسبوك، وحسب طبيعة التفاعلات الاجتماعية التي تتم بينه وبين الآخرين.

❖ التحليل الكمي والكيفي لأهم نتائج المقابلة:

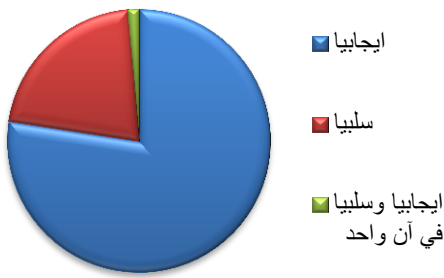
جدول رقم (89): يربط بين متغير الحجم الساعي ومدى إمكانية الاستغناء عن استخدام الفايسبوك:

ن.ك	7 فما فوق		5-6 سا		3 إلى 4 سا		ساعة- ساعتين		أقل من ساعة		ساعات الاستخدام الاختيارات
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
50	31,8	7	50	7	61,9	13	55	11	66,7	2	نعم
50	68,2	15	50	7	38,1	08	45	09	33,3	1	لا
80	100	22	100	14	100	21	100	20	100	3	المجموع الكلي
100	%27,5		%17,5		26,3%		%25		%3,8		النسبة الكلية

يتبين لنا بشكل جلي من خلال هذا الجدول بأن نمط الاستخدام الطاعي هو المفرط والذي يمثل 45%، والذي قمنا بتقسيمه إلى صنفين: فئة المفرطين وفئة المفرطين جدا في الاستخدام وهذه الأخيرة عرفت أعلى نسبة وذلك بـ 27,5%، وكما نلاحظ من خلال النسب الإجمالية المتحصل عليها بأن هناك تكافؤا في الآراء عند الحديث عن إمكانية الاستغناء عن استخدام هذه الشبكة الاجتماعية؛ حيث تعادلت النسب تماما بـ 50%، فرغم ارتفاع معدل استخدام الفايسبوك لدى الشباب الجزائري يوميا إلا أننا لمسنا من خلال المقابلات التي قمنا بها أن هناك إمكانية للاستغناء عن هذه الشبكة الاجتماعية بالنسبة لقليل الاستخدام ولذوي الاستخدام العادي، وحتى بالنسبة المفرطين فيه، لكن من ناحية أخرى حتى هؤلاء يصعب على الكثير منهم الاستغناء عن هذه الوسيلة، حيث نجد مثلا أن المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك من ساعة إلى ساعتين رقم قصر هذه المدة إلا أن هناك فئة معتبرة منهم لا تستطيع الاستغناء عن الاستخدام وهذا قد جاء بنسبة 45%، ويصعب الأمر أكثر بالنسبة للمفرطين جدا أكثر من غيرهم، فمن يستخدمونه لمدة 7 ساعات فما فوق فهم لا يستغنون أبدا عن استخدامه بنسبة 68,2%، وهذا يرجع بالدرجة الأولى لديهم بسبب التعود على الاستخدام، وحتى هؤلاء فإن البعض منهم يقرون بإمكانية الاستغناء أيضا إلا أن هذا الاستغناء لدى أغلب المبحوثين لا يتم فعليا وما يمنع القيام بذلك هو حتمية الفايسبوك كمصدر للمعلومات بالدرجة الأولى؛ خاصة تلك التي تتعلق بالجانب الأكاديمي والتعليمي، وكذا المعرفي فيما يختص بما يدور في المجتمع الجزائري والعالم من أحداث ومستجدات، وأيضا يكون هذا باعتبار الفايسبوك الفضاء الأمثل لقضاء وقت الفراغ بالنسبة لهم، وكذا ضرورة التواصل مع

معارفهم افتراضيا، فكل هذه العوامل كانت الدافع بالنسبة للكثير من أفراد العينة للعودة إلى الدخول في عالم الفايسبوك من جديد بعدما تمت محاولة تجربة الابتعاد نهائيا عن استخدامه، حتى أن البعض يستخدمه فقط للاطلاع على ما يختص بالجانب التعليمي من معارف وأخبار دون القيام بالتواصل مع الآخرين بتاتا.

جدول رقم (90): طبيعة التأثير على العلاقات الاجتماعية الواقعية:



التأثير كان:	التكرار	النسبة %
ايجابيا	62	77,5
سلبيا	17	21,3
ايجابي وسلبى في آن واحد	1	1,3
المجموع	80	100

شكل رقم (28): طبيعة تأثير الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية الواقعية للمبحوثين

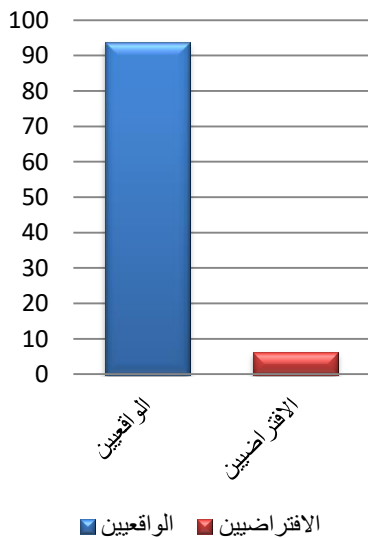
لم تختلف النتائج التي توصلنا إليها في هذا الجدول عما تم التوصل إليه سابقا من خلال استمارة الاستبيان الالكترونية، حيث يرى المبحوثون بأن الفايسبوك قد أثر ايجابيا على علاقاتهم الاجتماعية، وذلك بنسبة عالية بلغت 77,5% مقابل 21,3% لمن يرون بأنه أثر سلبيا على علاقاتهم، والمؤيدون هنا للدور الايجابي يُرجعون ذلك إلى أن الفايسبوك قد ساهم في توسيع علاقاتهم الواقعية وتعميقها، كما فتح لهم المجال للتواصل بعيدا عن مختلف معوقات الاتصال تحديدا المكان والزمان، أما المفندين لذلك، فيرون بأنه جعلهم يحسون بالعزلة على إثر أن التفاعل الافتراضي مع من يعرفونهم في الواقع بات يغلب بالنسبة إليهم على التواصل المباشر، وهذا ما أدخلهم في حالة من الوحدة والفراغ الاجتماعي، بحيث أصبح يقل الاجتماع بهم على أرض الواقع ولم يعد المجال متاحا بالنسبة لهم للنقاش وتمضية الوقت معهم كما كان الحال من قبل، وحتى في حالة الالتقاء بهم ورغم كونهم موجودين في مكان واحد إلا أن كل واحد مُنشغل بهاتفه، وكأن كل واحد موجود في عالم خاص به، وهنا أيضا نجد أن متغير الجنس قد لعب دورا كبيرا في تحديد الاتجاه، بحيث نجد الدور الايجابي لدى الإناث أعلى نوعا ما من الذكور (82,5%/72,5)، وهذا ما سبق وأن توصلنا إليه من خلال الاستمارة أيضا.

جدول رقم (91): طبيعة التأثير على التواصل الأسري:

ن.ك	7 فما فوق		5-6 سا		3 إلى 4 سا		ساعة- ساعتين		أقل من ساعة		ساعات الاستخدام الاختيارات
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
50	86,4	19	78,6	11	28,6	6	20	04	0	0	تأثير سلبي
50	13,6	3	21,4	3	71,4	15	80	16	100	3	لا يؤثر أبدا
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	تأثير ايجابي
100	100	22	100	14	100	21	100	20	100	3	المجموع الكلي

يعتبر الحجم الساعي للاستخدام عاملا مؤثرا على مدى تأثير استخدام الفايسبوك على التواصل الأسري داخل العائلة الواحدة، حيث نجد أن قلبي الاستخدام وذوي الاستخدام العادي لا يؤثر الفايسبوك على تواصلهم مع أفراد أسرهم إلى حد كبير، حيث نجد هذا لمن يستخدمون الفايسبوك لمدة ساعة حتى ساعتين بـ80%، وهي نسبة عالية جدا، أما من يستغرقون من 5 حتى 6 ساعات يوميا في استخدام الفايسبوك فيؤثر هذا الأخير على علاقاتهم الأسرية سلبيا بنسبة 78,6%، وترتفع هذه النسبة بصفة أكبر لدى المفرطين جدا في الاستخدام من 7 ساعات فما فوق بما يعادل 86,4%، وحسب المستجوبين فإن التعود في الانغماس في العالم الافتراضي يُفقد الأفراد إحساسهم بالتواجد في محيطهم الفعلي، وكما يقل اهتمامهم على إثر هذا الانغماس بأفراد أسرهم حيث لا يمنحونهم أي اعتبار، ويصبح التواصل معهم يتم فقط للضرورة الملحة (وقت الغذاء والعشاء مثلا)، فالفروق هنا إذن بادية للعيان بين قلبي الاستخدام وكثيفي الاستخدام.

جدول رقم (92): أفضلية التواصل ما بين الواقعيين والافتراضيين:

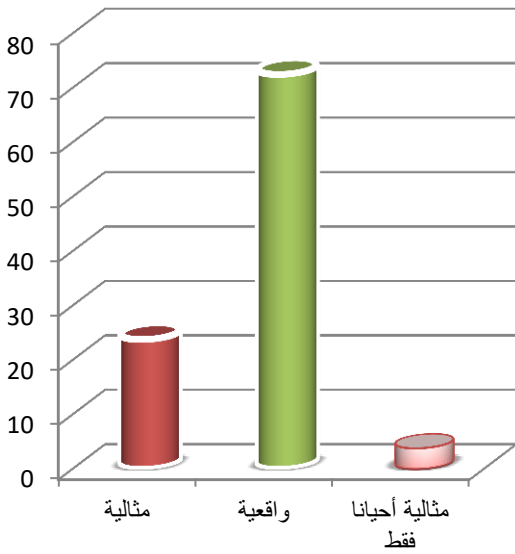


الأشخاص	التكرار	النسبة %
الواقعيين	75	93,8
الافتراضيين	5	6,3
المجموع	80	100

شكل رقم (29): أفضلية التواصل ما بين الواقعيين والافتراضيين

تؤكد وبقوة نتائج هذا الجدول ما تم التوصل إليه سابقا من خلال استمارة الاستبيان الإلكترونية؛ حيث نجد بأن الأغلبية الساحقة من المبحوثين يركزون اهتمامهم في التواصل عبر الفايسبوك على الأشخاص الواقعيين الذين تربطهم بهم صلة في الواقع الحقيقي، وقد جاء هذا بنسبة عالية جدا بلغت 93,8%، على حساب التواصل مع الأشخاص الذين تعرفوا عليهم من خلال الفايسبوك فقط، فالأغلبية منهم تعتبر بأن العلاقات الافتراضية لا أهمية لها، وهذا بما يعادل 48,8%، وكما أن 36,3% لا توجد لديهم هذه العلاقات الافتراضية في الأساس بتاتا فالاهتمام بهذا النمط من العلاقات حسب المبحوثين كان يحظى بالأهمية في البدايات الأولى للاستخدام، حيث كان يتم هذا بدافع التعرف واستكشاف شخصيات الآخرين، وكذا من باب إمكانية التلاعب بهم، لكن مع مرور الوقت يُغير المستخدم اتجاهه ليصبح عقلانيا في التواصل أكثر.

جدول رقم 93: شخصية المبحوثين في الفايسبوك ما بين المثالية والواقعية:



شخصية	التكرار	النسبة %
مثالية	19	23,8
واقعية	58	72,5
مثالية في بعض الأحيان فقط	3	3,8
المجموع	80	100

شكل رقم (30): شخصية المبحوثين في الفايسبوك ما بين المثالية والواقعية

تتماشى هذه النتائج أيضا مع ما تم التوصل إليه في السابق من خلال استمارة الاستبيان حول طبيعة الشخصية التي يُدّيهها المستخدمون للآخرين عبر الفايسبوك، حيث كانت النتائج تؤكد على هيمنة الهوية الحقيقية الفعلية للأفراد في الفضاء الافتراضي، كما هو الحال في الجدول أعلاه ف72,5% من أفراد العينة يتعاملون بشخصيتهم الواقعية سواء من خلال التواصل أو كإبداء للآخرين من خلال عملية النشر، في حين نجد أن 23,8% منهم يتعاملون بهوية مثالية؛ وهذا يتم حسبهم بطريقة غير مقصودة على اعتبار أن هذا يعتبر من الطبيعة البشرية الفطرية، وكما يكون

هذا في بعض الأحيان بطريقة واعية ومحددة الأهداف؛ خاصة عندما يكون التفاعل مع أشخاص ذو أهمية خاصة في حياتهم.

وقد أكد أغلب المبحوثين أنهم كانوا يتعاملون بشخصية مثالية جدا لكن هذا كان في البدايات الأولى للاستخدام، أين كان يتم هذا أثناء التفاعل مع الأشخاص الافتراضيين الذين لا يملكون معرفة مسبقة بهم في الواقع، حيث كان يتم حسبهم تمويه الشخصية وتشكيلها بناء على الزيف والخيال حتى تصل إلى أعلى درجة من المثالية، لكن مثل هذه الممارسات تكون في بدايات الاستخدام، وخاصة في مرحلة المراهقة، لكن فيما بعد يتغير الأمر، فمع قدم التجربة في الفيسبوك يصبح الفرد يتعامل بشخصيته الواقعية من دون تكليف، وما يُصعِبُ من التعامل بهذا النمط من الهويات هو أن التعامل يتم في الغالب مع معارفهم الواقعيين؛ حيث لا يمكن أن يُمثَل المتفاعل عليهم تلك الأدوار المثالية، حيث يسهلُ اكتشاف ذلك.

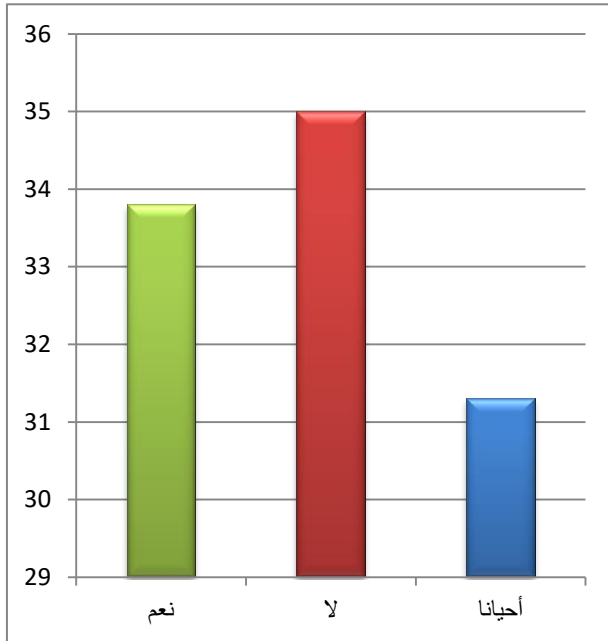
جدول رقم (94): يربط بين نمط شخصية المبحوثين في الفيسبوك وبين نمط الأشخاص المفضلين في التواصل:

طبيعة الأشخاص المفضلين في التواصل						نمط الشخصية
الواقعيين		الافتراضيين		م.ك	ن.ك	
ت	%	ت	%	ت	%	
16	21,3	03	60	19	23,8	مثالية
56	74,7	02	40	58	72,5	واقعية
03	04	0	0	03	03,8	مثالية في بعض الأحيان فقط
75	100	5	100	80	100	المجموع

يبدو بشكل جلي من خلال هذا الجدول بأن التعامل بشخصية مثالية لا يكون فقط مع الأشخاص الافتراضيين وإنما يتم أيضا مع الواقعيين؛ حيث كان هذا بـ 21,3%، لكن يبقى الطابع الواقعي مسيطرا هنا، وبنسبة عالية، فهذا الجدول يؤكد ما سبق وأن ذكرناه فحسب آراء المبحوثين؛ فإن التعامل بشخصية مثالية يعتبر أمرا صعبا للغاية، وهذا في ظل أن تفاعلهم الافتراضي يكون في غالب الأحيان مع الأشخاص الذين يملكون معهم معرفة مسبقة، فيصبح الأمر هنا مبتذلا ومكشوفًا إذا تم حدوثه، حيث يتم التعامل هنا بشخصية واقعية بنسبة 74,7%، بينما حسب آراء

المستجوبين فإن التعامل بشخصية مثالية يزداد اعتماده كلما كان التفاعل مع العلاقات الافتراضية البحتة، ف60% ممن يفضلون التواصل مع الافتراضيين كما هو مبين في الجدول يتعاملون معهم بهذا النمط من الشخصيات.

جدول رقم (95): مدى نشر المبحوثين ليومياتهم عبر الفايسبوك:



الاختيار	التكرار	النسبة %
نعم	27	33,8
لا	28	35
أحيانا	25	31,3
المجموع	80	100

شكل رقم (31): مدى نشر المبحوثين ليومياتهم عبر الفايسبوك

يميل المبحوثون إلى القيام بعملية نشر مختلف مجريات حياتهم بنسبة معتبرة قد بلغت 33,8%، ويكون هذا في بعض الأحيان بنسبة 31,3%، في حين أن 35% منهم يمانعون القيام بذلك نهائيا، والميل هنا إلى النشر هو أكثر من عدمه، ويكون في الغالب بدافع التعبير عن الذات والتنفيس العاطفي، وأما الامتناع فتقف وراءه نفس الأسباب التي قمنا باستكشافها في ما سبق من خلال نتائج الاستبيان الإلكتروني، فمسألة الخصوصية تُتخذُ كسبب رئيسي هنا أيضا يحول دون التعبير عن الذات عبر هذا الفضاء الافتراضي.

جدول رقم (96): يربط بين الحجم الساعي للاستخدام ومدى تأثير الفايسبوك على أفكار المبحوثين وقناعاتهم في حياتهم اليومية:

ن.ك	ت.ك	7 فما فوق		5-6 سا		3 إلى 4 سا		ساعة- ساعتين		أقل من ساعة		ساعات الاستخدام الاختيارات
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
61,3	49	77,3	17	64,3	09	57,1	12	50	10	33,3	1	نعم
33,8	27	22,7	05	28,6	04	33,3	07	50	10	33,3	1	لا
05	04	0	0	07,1	1	09,5	02	0	0	33,3	1	أحيانا
100	80	100	22	100	14	100	21	100	20	100	3	المجموع الكلي

يتبين لنا بشكل جلي من خلال هذه البيانات الإحصائية المسجلة في الجدول أعلاه بأن الفايسبوك يلعب دورا كبيرا في التأثير على أفكار والقناعات الشخصية للمبحوثين، يحدث هذا التأثير بشكل دائم حسب رأي أفراد العينة وهذا بنسبة 61,3%، ويحدث هذا أحيانا بنسبة 33,8% بينما تقل نسبة من ينفون حدوث هذا التأثير من الأساس 5%، ويكتسب الفايسبوك فعالية التأثير حسب المبحوثين بالدرجة الأولى من خلال ما يتم نشره عبر مختلف الصفحات من معلومات ومعارف؛ والتي يتم عرضها من خلال مختلف وسائط الملتيميديا كالصورة الفيديو، النصوص.... وفي مجالات متعددة، وتكرار النشر هنا له أهميته أيضا في تكريس هذا التأثير، فضلا على أن الفايسبوك يخاطب العقول والأفكار مباشرة، وكما يفتح المجال لمناقشتها مع الآخرين أيضا في ما لا يتاح مناقشته في بعض الأحيان في الواقع.

ويعتبر الحجم الساعي للاستخدام متغيرا مؤثرا للغاية على مدى تأثير الفايسبوك على أفكار وتوجهات وقناعات المبحوثين، حيث نجد الذين يستخدمونه من 3 حتى 4 ساعات يؤثر عليهم بنسبة 57,1%، بينما 33,3% ينفون حدوث هذا التأثير، وكما نجد أن الذين يستغرقون في الاستخدام من 5 إلى 6 ساعات ترتفع درجة التأثير عليه لتصل إلى 64,3% في حين 28,6% لا يؤثر عليهم، ويصل التأثير إلى أعلى درجاته على الأفكار والآراء والقناعات لدى المفرطين جدا في الاستخدام والذي يستغرقون أكثر من 7 ساعات يوميا في ذلك؛ حيث قدرت نسبة المؤكدين على ذلك ب 77,3% بينما 22,7% ينفون ذلك، فكلما زاد الاستخدام إذن كلما زاد حجم التأثير على تفكير الأشخاص واتجاهاتهم وآرائهم، وهذا التأثير ينظر إليه المبحوثون في الغالب باعتباره ايجابيا من حيث تحقيق نشر الوعي، وكذا التوجيه في ما يتعلق بالعديد من الأمور في الحياة اليومية.

جدول رقم (97): يربط بين الحجم الساعي للاستخدام ومدى تأثير الفايسبوك على تصورات المبحوثين نحو المجتمع الجزائري:

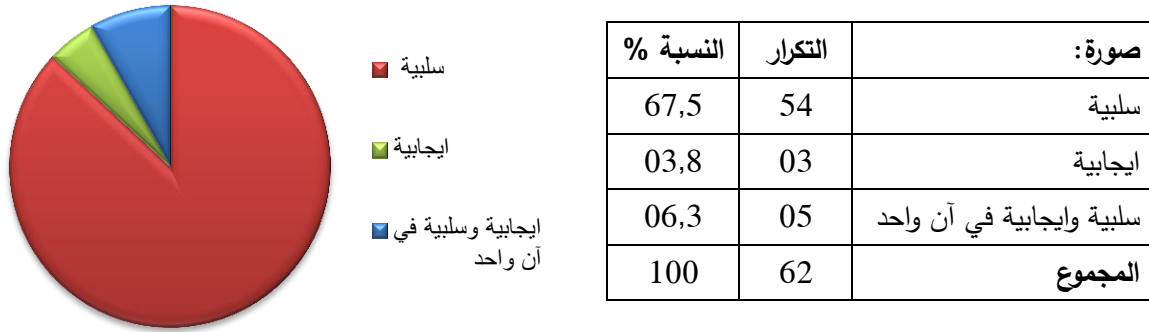
ن.ك	ت.ك	7 فما فوق		5-6 سا		3 إلى 4 سا		ساعة- ساعتين		أقل من ساعة		ساعات الاستخدام الاختيارات
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
77,5	62	86,4	19	92,9	13	66,7	14	75	15	33,3	1	نعم
21,3	17	13,6	03	07,1	01	33,3	07	25	05	33,3	1	لا
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أحيانا
01,3	01	0	0	0	0	0	0	0	0	33,3	1	الحالات المفقودة
100	80	100	22	100	14	100	21	100	20	100	3	المجموع الكلي

يتضح لنا بناء على ما جاء به هذا الجدول من بيانات إحصائية بأن الفايسبوك قد عمل على التأثير على نظرة وتصور المبحوثين اتجاه المجتمع الجزائري، وجاء هذا بنسبة عالية جدا قد بلغت 77,5%، في حين نجد أن 21,3% منهم لم يؤثر هذا المجتمع الافتراضي على تمثلهم اتجاه مجتمعهم المحلي، فأغلب المبحوثين قد تغيرت الصورة التي كانوا يحملونها في أذهانهم حول المجتمع الجزائري قبل دخولهم في عالم الفايسبوك، وهذه التصورات قد تغيرت بالدرجة الأولى على أساس ما يتم تداوله عبر هذا الفضاء من قضايا، أخبار، أحداث ومنشورات تختص بمجتمعهم وفي مجالات عدة: سياسية، اقتصادية، اجتماعية وثقافية، والاتجاه هنا كان واضحا وجازما أكثر مما ظهر عليه في نتائج استمارة الاستبيان الإلكترونية أين كان هناك تباين في الآراء.

لا يعتبر الحجم الساعي عاملا مؤثرا على مدى تأثير الفايسبوك على تصورات الأفراد نحو مجتمعهم الواقعي، حيث لا توجد فروق في الاتجاه بين قليلي الاستخدام والمفرطين فيه، إذ أن مختلف الفئات يقع عليها التأثير، حيث نجد أن الذين يستخدمون الفايسبوك مثلا من ساعة إلى ساعتين تم التأثير على تصوراتهم بنسبة 75%، وينفي ذلك 25%، ويرتفع هنا التأثير كلما زاد الاستخدام فمثلا الذين يكون استخدامه من 5 إلى 6 ساعات تتأثر تصوراتهم بنسبة 92,9% والذين يستغرقون أكثر من 7 ساعات استخدام يكون هذا بنسبة 86,4%.

فالتعرض المستمر لما يُنشر عبر الفايسبوك له إمكانية كبيرة على غرس تمثلات وتصورات جديدة في أذهان المستخدمين، فحجم الاستخدام له أهميته في تحقيق هذه العملية

جدول رقم (98): أنماط التصورات الجديدة المتشكلة حول المجتمع الجزائري بفعل تأثير الفايسبوك:

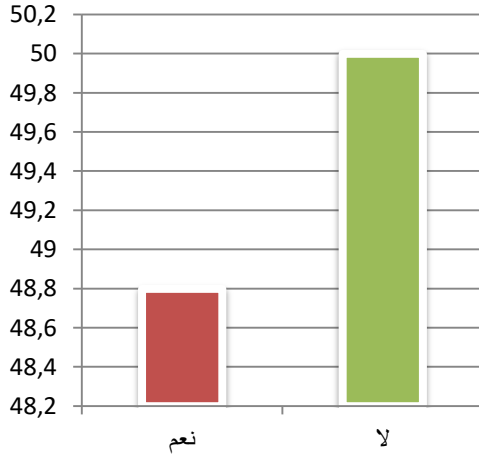


شكل رقم (32): نمط التصورات المتشكلة حول المجتمع الجزائري بفعل تأثير الفايسبوك

يؤكد لنا هذا الجدول بأن الفايسبوك قد جعل المستخدمين يكتسبون صورة سلبية عن المجتمع وقد جاء هذا بنسبة عالية بلغت 67,5%، بينما نجد نسبة قليلة قدرت بـ 03,8% من المجموع الكلي للعيينة ممن يقررون بأن الفايسبوك غَيَّرَ نظرتهِم نحو مجتمَعهم بشكل ايجابي، ويُزجَعُ المستجوبون العوامل الكامنة والتي تقف وراء تشكيل هذا الاتجاه السلبي نحو المجتمع الواقعي بفعل أن الفايسبوك يعمل بشكل دائم من خلال ما يتم نشره عبر مختلف الصفحات على تسليط الضوء بشكل كبير على المشاكل التي تمس مختلف الأوضاع الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية والثقافية.... كالإضرابات، خبايا السياسيين وتجاوزاتهم، الأوضاع الاقتصادية والمعيشية المتردية احتجاجات الأطباء، احتجاجات الأساتذة في قطاع التعليم... إضافة إلى العديد من المشاكل الأخرى؛ حيث يُركِزُ الفايسبوك حسبهم على كل ما يمكن أن يتم انتقاده في المجتمع وكما يركز على سلبيات الأمور أكثر من إيجابياتها، والتي تجعل الفرد المتصفح للفايسبوك يشعر بأن المجتمع يعيش في اضطراب دائم، ولا يقتصر تشكُّلُ التصور السلبي حول المجتمع على هذا الجانب فقط وإنما يتعدى ذلك لتقف وراءه أسباب أخرى أهمها على الإطلاق التجاوزات غير الأخلاقية التي أصبحت تتم بين الأفراد الجزائريين عبر الفايسبوك، والفضائح التي أصبحت تنتشر من الواقع إلى هذا الفضاء الافتراضي، ومن هذا الفضاء إلى الواقع الحقيقي؛ مما شوه صورة المجتمع من جهة حسب بعض المبحوثين، وحسب البعض الآخر، فإن الفايسبوك قد كشف حقيقة المجتمع الجزائري الفعلية التي كانت غير بادية للعيان في ما سبق قبل ظهور هذا الوسيط الاتصالي-الإعلامي، أما

من يرون بأن التصور قد تغير ايجابيا؛ فهم يُرجعون ذلك إلى بعض الظواهر التي أصبحوا يشاهدونها عبر الفايسبوك كالقيام مثلا بمساعدة الآخرين وانتشار أفعال الخير .

جدول رقم(99): مدى وقوع المبحوثين في مواقف غير أخلاقية عبر الفايسبوك مستهم شخصيا:

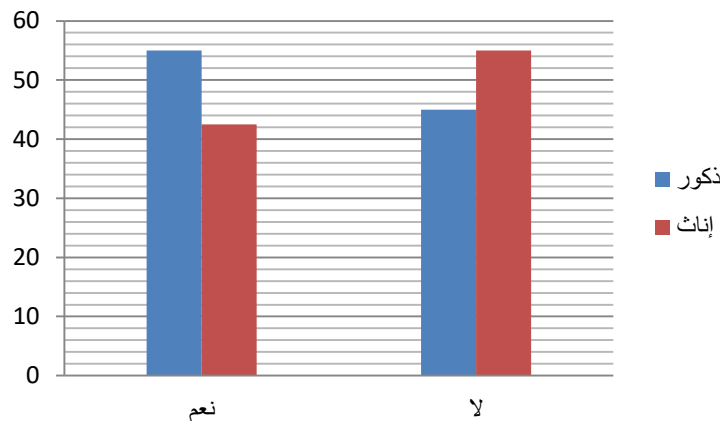


الاختيارات	التكرار	النسبة %
نعم	39	48,8
لا	40	50
الحالات المفقودة	1	1,3
المجموع	62	100

شكل رقم (33): مدى وقوع المبحوثين في مواقف غير أخلاقية في

الفايسبوك

يُظهِر لنا هذا الجدول بأنه لا يوجد تفاوت كبير يكاد يذكر بين آراء المبحوثين حول عما إذا كانوا قد وقعوا من قبل في مواقف غير أخلاقية مستهم شخصيا، أي أنهم قد شاركوا فيها فالمؤكدون على حدوث مثل هذا الأمر قد بلغت نسبتهم 48,8%، بينما من نفوا ذلك قدرت نسبتهم ب50%؛ وجاء هذا في حين أن نتائج استمارة الاستبيان الالكترونية قد أظهرت أن الاتجاه الغالب وبنسبة كبيرة ينفي جراته على القيام بأمر غير أخلاقية عبر الفايسبوك لا يجروون على القيام بها في واقعهم الحقيقي، وحدث مثل هذه المواقف كان مع كلا الجنسين حسب ما قمنا به من مقابلات غير أنه يحدث مع الذكور بنسبة أعلى بقليل من الإناث كما يوضح هذا الشكل الآتي:



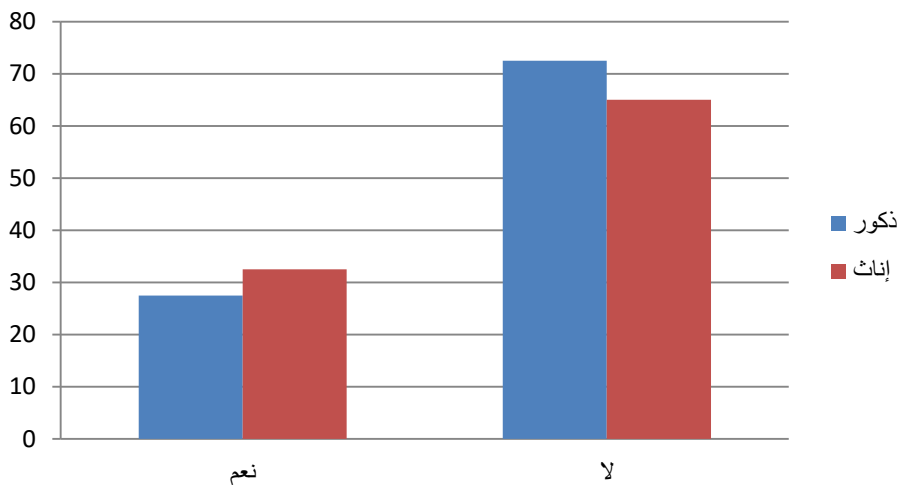
شكل رقم (34): يربط بين متغير الجنس ومدى وقوع

المبحوثين في مواقف غير أخلاقية

جدول رقم (100): مدى إحساس المبحوثين بالجرأة والتحرر من القيود الاجتماعية في الفايسبوك أكثر من الواقع:

الاختيارات	التكرار	النسبة %
نعم	24	30
لا	55	68,8
الحالات المفقودة	1	1,33
المجموع	62	100

ينفي أفراد العينة إلى حد كبير بأنهم يشعرون بالجرأة وبالتحرر من مختلف القيود الاجتماعية عبر الفايسبوك، وجاء هذا بنسبة 68,8% في حين أن 30% منهم يشعرون بالجرأة والتحرر عبر هذا الفضاء الافتراضي؛ فالأغلبية من المبحوثين يشعرون بأنهم مقيدون في الفايسبوك وما يُسيّرُ ويحكم سلوكهم ويحدده في الواقع يحكمه أيضا في هذا الفضاء، بل يشعر البعض الآخر بالنقيض وعدم الحرية في الفايسبوك بشكل أكبر من الواقع في حد ذاته، والطابع الواقعي الذي أصبح يتسم به الفايسبوك خاصة على صعيد الأشخاص الواقعيين الذين يتواصل معهم المستخدمون أكثر من غيرهم، فهؤلاء الواقعيين يعتبرون بمثابة أداة ضبط وقيود اجتماعي يحكم سلوك الأفراد وتصرفاتهم عبر الفايسبوك إلى حد كبير، وعن علاقة متغير الجنس مثلا بمدى الإحساس بالتحرر نجد أن هذا يكون لدى الإناث أكثر بقليل من الذكور كما يبين لنا هذا الشكل الآتي:



الشكل رقم (35): يربط بين متغير الجنس ومدى الإحساس بالجرأة

والتحرر من القيود الاجتماعية في الفايسبوك

النتائج العامة للدراسة

نتائج الدراسة:

تم التوصل في هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج، والتي تم استنتاجها بناء على ما تضمنه الجانب الميداني من بيانات إحصائية، تحليل، تفسير وتأويل لها، مع الأخذ بعين الاعتبار في ذلك التحليل ما جاء به البناء النظري من أدبيات، وتراكم معرفي سابق؛ حيث سنقدم النتائج العامة للدراسة ونعرضها على ضوء التساؤلات الرئيسية التي تم طرحها، والتي اعتمدنا على استمارة الاستبيان الالكترونية في دراستها، وكما سندعمها بما تم التوصل إليه أيضا من خلال تقنية المقابلة على النحو الآتي:

1- يُقْبَلُ الشباب الجزائري على استخدام الفايسبوك في حياتهم اليومية بشكل كثيف يصل في كثير من الأحيان إلى الإفراط في الاستخدام، ويكون هذا بالدرجة الأولى من خلال الهاتف النقال الذي يجعلهم على صلة بهذا المجتمع الافتراضي في كل زمان ومكان، مما يجعل علاقة هؤلاء الشباب بهذا المجتمع علاقة وثيقة الارتباط، خاصة في ظل أنهم يُقْرُونَ أحيانا بعدم إمكانية الاستغناء عن استخدامه، وهذا فضلا على اعتباره ملاذا مفضلا لقضاء وقت فراغهم إلا أن هذا الاستخدام لا نستطيع أن نقول بأنه يصل إلى درجة الإدمان وإنما قد أصبح اعتياديا وروتينيا في حياتهم اليومية؛ فهو عادي في مجمله؛ يحقق لهم مجموعة من الاشباع، والتي وفقا لها نجد أنه نفعي ذو طابعين: معرفي (معلوماتي) وتواصلية؛ فأغلب الشباب الجزائري حسب هذه الدراسة يتمكنون من خلال الفايسبوك من متابعة كل ما يختص بالجانب الأكاديمي العلمي والمهني، وهم يتخذونه كمصدر للمعلومات حول مختلف الأخبار التي تدور في مجتمعهم، وكمجال يمكن من خلاله الاستفادة من الآخرين وكما يُسهَلُ عليهم التواصل أيضا مع معارفهم، إلا أن القيمة النفعية المعلوماتية للاستخدام تحتل هنا الصدارة والأولوية على حساب القيمة التواصلية، وكما أن هذا الطابع النفعي بجانبه جعل الفايسبوك بمثابة حتمية وضرورة ملحة لا غنى عنها بالنسبة للشباب الجزائري.

2- يقوم الشباب الجزائري في الفايسبوك ببناء وعرض نواتهم الحقيقية، وهذا بالنظر إلى البيانات الشخصية التي يضعونها في صفحاتهم؛ بحيث أنهم يميلون إلى الكشف عن الذات أكثر من عدمه، فالأغلبية منهم يملكون حسابا فايسبوكيا واحدا فقط ويستخدمون إلى حد

كبير بيانات حقيقية، كما أن الذكور منهم يضعون صورهم الحقيقية ولا يمانعون في نشرها عكس الإناث اللواتي يرفضن ذلك تبعا لأسباب وخلفيات اجتماعية تتماشى وطبيعة التفكير السائدة في البيئة المحلية، والقول هنا بالبعد عن تزييف البيانات والمعلومات الشخصية لا ينفي بأن هناك فئة قليلة من الشباب الجزائري ممن يتعاملون مع الآخرين عبر الفايسبوك بشخصية مخالفة لشخصيتهم في الواقع، كما أن استخدام بعض الشباب لبيانات مزيفة لا يعني بالضرورة بأنهم يتعاملون عبر هذا المجتمع الافتراضي بشخصيات مصنعة، فالأغلبية ممن يستخدمون أسماء مستعارة يتعاملون افتراضيا بشخصيتهم الواقعية، ونفس الوضع مع الذين يستخدمون بيانات حقيقية نجد البعض منهم يصطنعون شخصياتهم في الفضاء الافتراضي.

- وفيما يتعلق بعملية عرض الذات من خلال المحادثات الإلكترونية التي تتم عبر الفايسبوك نجد بأن الشباب الجزائري يُعَبِّرون عن ما يدور في حياتهم اليومية بكل موضوعية بعيدا عن الاصطناع والتلفيق أو الخيال، والسبب الرئيسي في هذا هو أنهم في الغالب يتواصلون مع من يعرفونهم في الواقع عبر الفايسبوك، غير أننا من جهة أخرى نجد أن الأغلبية منهم يقومون في بعض الأحيان بمراجعة تلك المحادثات؛ وهذا ما يتيح لهم فرصة إعادة البناء أو إصلاح ما قيل، وكذا يفتح هذا المجال لتسيير أو إدارة الانطباع فيما سيأتي من محادثات، ورغم هذا إلا أننا نجد فئة قليلة من أفراد العينة ممن يشعرون بالتناقض بين شخصيتهم الافتراضية التي يعرضونها للآخرين من خلال الحوار وبين شخصيتهم الواقعية.
- وإذا اتجهنا للحديث عن عملية عرض الذات من خلال ما ينشره الشباب الجزائري، نجد الأغلبية منهم يُقْبَلُونَ في بعض الأحيان على عملية نشر ما يدور في حياتهم اليومية عبر الفايسبوك، فهم يَتَمَتَّلُونَ هذا المجتمع الافتراضي كفضاء للتعبير عن الذات والمشاعر والانشغالات ومختلف المسائل التي تهمهم، وتعبّر عن شخصيتهم، فهم بهذا ينقلون ما يدور في مجتمعهم الواقعي إلى المجتمع الافتراضي، وكما يتوقف نشر اليوميات لديهم على مدى اعتقادهم بأن الفايسبوك هو فضاء حر تقل فيه الرقابة، فمن يعتقدون ذلك ينشرون مجريات حياتهم اليومية بشكل دائم مقارنة بمن يعتقدون عكس ذلك، وإذا انتقلنا للحديث عن موقف الشباب الجزائري من نشر الناس ليومياتهم عموما عبر الفايسبوك نجد الفئة الأكبر منهم تمانع ذلك ليس فقط بسبب عدم الثقة في المجتمعات الافتراضية، وإنما

أيضا بدافع الحفاظ على الخصوصية، وهناك من يمانع تبعا لسيطرة بعض التمثلات الاجتماعية التقليدية على هؤلاء الشباب.

- وفي سياق عملية عرض الذات عبر الفايسبوك يمكن القول ببناء على طبيعة التفاعلات الاجتماعية التي تتم عبره بين الشباب الجزائري وبين الآخرين، وبناء أيضا على طبيعة ما ينشرونه في صفحاتهم الشخصية؛ بأنهم يهدفون من خلال هذا إلى تكوين انطباعات ايجابية على أكبر قدر ممكن عن أنفسهم لدى الأشخاص الذين يتفاعلون معهم افتراضيا؛ ويكون هذا بشكل يُحدثُ مفارقة بالنسبة للذين يشعرون بتناقض بين شخصيتهم الافتراضية والواقعية؛ فهؤلاء يحاولون التظاهر بأنهم ايجابيون، اجتماعيون، ملتزمون دينيا ومنفتحون ومتقنون، هذا بما يتعارض مع سمات ذاتهم في الواقع الحقيقي، وبما يتوافق مع ما يمثل بالنسبة إليهم "ذات مثالية"؛ فالكذب، ابتداع شخصيات خيالية، والتلاعب بالأدوار هو موجود لدى هؤلاء الشباب لكن بنسبة قليلة، فتعاملهم بشخصية مثالية تتضمن جانبا من الخيال والزيغ كان موجودا بشكل كبير لكن في البدايات الأولى للاستخدام فقط وخاصة في مرحلة المراهقة؛ أين كان يُمكنُهُم هذا من العيش في تجارب مختلفة من الحياة اليومية الافتراضية وكما كان يحدث هذا أيضا بصفة كبيرة عند التواصل مع الافتراضيين تحديدا، إلا أنه مع مرور الوقت، وقَدِمَ الاستخدام؛ يتجه الوضع بقوة نحو الواقعية.

3- تميل الأغلبية الساحقة من الشباب الجزائري إلى التفاعل الاجتماعي الافتراضي عبر الفايسبوك مع الأشخاص الواقعيين في حياتهم، في حين أنهم لا يبدون اهتماما كبيرا بالعلاقات الافتراضية البحتة، وكما يتحدد تَمَثُّلُ هؤلاء الشباب حول هذه العلاقات على أساس عامل هاجس الثقة التي تكون في الغالب نسبية ولا تتحقق إلا بعض الأحيان، وهذا على إثر انعدام الهوية البصرية وكذا انتشار الزيغ، وتبعا لعدم وجود المعرفة الشخصية المسبقة بهم في الواقع الحقيقي، وكما تبقى هذه الثقة نسبية أيضا في ما يتعلق بما ينشره الأشخاص الافتراضيون عبر صفحاتهم، فما ينشرونه لا يمكن بناء عليه الحكم على شخصيتهم بشكل نهائي، وإنما يساعد هذا في تشكيل الانطباع الأولي حولهم لا غير، أما ثاني عامل فيتجسد في طبيعة الأشخاص الذين يفضل الشباب الجزائري التواصل معهم عبر الفايسبوك، فمن يفضلون التواصل مع الأشخاص الواقعيين نجدهم يتصورن العلاقات الافتراضية كعلاقات غير مهمة في حياتهم، أما من يفضلون التواصل مع الافتراضيين

أكثر نجدهم يعتبرونها علاقات هامة وجدية، ورغم هذا التفاوت في الآراء إلا أن الفئة الأكبر من أفراد العينة يؤكدون بأن علاقاتهم الافتراضية تؤثر في بعض الأحيان على أفكارهم واتجاهاتهم فيما يختص بالعديد من الأمور في حياتهم اليومية، فالافتراضي هنا أصبح له حضور في الواقعي.

4- يلعب الفايسبوك دورا ايجابيا وفعالا في تحقيق اندماج الشباب الجزائري في مجتمعهم الواقعي بعيدا عن أطروحات الانسحاب والاعترا ب الاجتماعي؛ وهذا وفقا لعدة اعتبارات:

- فقد ساهم هذا المجتمع الافتراضي في إعادة ربطهم من جديد بمجتمعهم المحلي، وهذا يجعلهم يتابعون ويهتمون بمختلف القضايا والأحداث التي تدور في واقعهم الفعلي، كما أتاح لهم فرصة بناء الرأي العام من خلال المجال العام الافتراضي؛ في حين كانوا مغيبين من قبل في وسائل الإعلام التقليدية، فالفايسبوك قام بإدماجهم وإشراكهم في الوضع الاجتماعي الراهن.

- ومن جانب آخر جعل الفايسبوك هؤلاء الشباب يقتربون ممن يعرفونهم في الواقع الحقيقي أكثر من ذي قبل، ويوسعون من علاقاتهم الواقعية، ويتعمقون فيها من خلال التفاعلات الاجتماعية الافتراضية، وهذا على إثر إمكانية التواصل في كل زمان ومكان بغض النظر عن الوجود المادي، غير أن هذا التأثير الإيجابي يكون على مستوى العالم الخارجي لهؤلاء الشباب أكثر مما هو على مستوى العالم الداخلي، وتحديدًا فيما يتعلق بالتواصل الأسري الذي داخل العائلة الواحدة، والذي يتأثر سلبًا إلى درجة كبيرة؛ ويحدث هذا بشكل أكبر على وجه الخصوص مع المفرطين في الاستخدام.

- هذا فضلا على أن الشباب الجزائري لا يفضل الحياة الافتراضية على الحياة الواقعية، كما لا يعتبرون المجتمع الافتراضي بديلا للواقعي، وإنما يمكن القول بأن كلا المجتمعين يكملان بعضهما البعض، حيث أن التداخل بينهما أصبح أمرا واقعا، لكنه في نهاية المطاف لا يؤدي إلى الانسحاب الاجتماعي من الحياة اليومية الواقعية إلى الحياة الثانية الافتراضية، وهذا تبعا لطبيعة الممارسات الاجتماعية لهؤلاء الشباب في هذا الفضاء، فهم يركزون اهتمامهم سواء في علاقاتهم أو حتى معلوماتيا بكل ما له علاقة بواقعهم الحقيقي وكان الفايسبوك ما هو إلا واقع موازي بالنسبة لهم، ونسخة رقمية تترجم مجريات حياتهم بعيدا عن عالم الخيال؛ فهنا الواقعي أصبح يتضمن الافتراضي.

- وكما تم التوصل في هذه الدراسة إلى أن الفايسبوك يؤثر على نظرة وتصور الشباب الجزائري لواقعهم الحقيقي، فهو يقوم بدور كبير فيما يختص بغرس التمثلات الاجتماعية حول الواقع المعاش؛ فهذا الفضاء الرمزي يُعْتَبَرُ من بين الوسائط الاتصالية والإعلامية التي تتيح التشبع بكم هائل من المعارف والمعلومات والتي تؤسس لبناء بعض الحقائق الاجتماعية التي تتعلق بالحياة اليومية لهؤلاء الشباب، وهذا ما يتناغم مع ما قُدِمَ في إطار نظرية التنقيف حول مساهمة وسائل الإعلام في إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي، لكن ما جاءت به هذه النظرية من حيث أن كثيفي التعرض يتأثرون بشكل أكبر من قلبي التعرض ينتقي في هذه الدراسة؛ حيث أن هذا لا يعتبر قاعدة ثابتة؛ فقد تم التوصل إلى أن مستوى التأثير في كثير من الحالات كان على ذوي الاستخدام العادي أكبر مما هو عليه بالنسبة لكثيفي الاستخدام، فمثلا أصحاب المستوى العادي جعلهم الفايسبوك يحسون بالتذمر إزاء الواقع المعاش عكس كثيفي وقلبي الاستخدام، هذا إضافة إلى أن أغلبية المبحوثين بغض النظر عن الحجم الساعي للاستخدام وبفعل تأثير الفايسبوك تغيرت تصوراتهم حول المجتمع الجزائري مقارنة بما كانوا يتصورونه حوله قبل دخول هذه الوسيلة إلى حياتهم حيث لا توجد فروق كبيرة بين كثيفي وقلبي الاستخدام من حيث التأثير، وكما يكون البناء الاجتماعي للتمثلات هنا متأثرا نسبيا أحيانا فقط بالحجم الساعي للاستخدام غير أنه يرتبط بصفة أكبر بتأثير العديد من العوامل الأخرى؛ على غرار المتغيرات السوسيو-ديمغرافية كما أنه لا يكون بمعزل عن طبيعة الوضع الاجتماعي المعاش؛ حيث نجد العاطلين عن العمل وذوي المستوى المتدني يوافقون بأن الفايسبوك قد جعلهم يحلمون بالعيش بعيدا عن المجتمع الجزائري، كما أن ذوي المستوى المعيشي المتدني لا يوافقون بأن الفايسبوك جعلهم يحسون بالاندماج أكثر في مجتمعهم المحلي، بل يؤيدون بشدة بأن هذا المجتمع الافتراضي جعلهم يحسون بالتذمر إزاء الواقع الحقيقي، على خلاف ذوي المستوى الممتاز الذين ينفون ذلك بتاتا.

- وعند الحديث عن نمط التمثلات الاجتماعية التي تشكلت لدى الشباب الجزائري بفعل تأثير الفايسبوك؛ نجد بأن الأغلبية الساحقة من الشباب أصبحوا يتصورون المجتمع الجزائري بصورة سلبية للغاية؛ وهذا على إثر ما يتم نشره عبر الصفحات الفايسبوكية؛ والتي تسلط الضوء بشكل كبير على الوضع الاجتماعي المتردي والاقتصادي والثقافي، وكذا

السياسي...؛ من إضرابات واحتجاجات، خبايا وتجاوزات السياسيين، وعدة مشاكل وأزمات أخرى... ولا تتشكل هذه الصورة السلبية بناء على هذا فقط، وإنما تبعا لتقشي العديد من الممارسات غير الأخلاقية؛ والتي يقوم بها بعض المستخدمين الجزائريين عبر الفايسبوك فما يقع في الواقع أصبح له صدى في الافتراضي، وما يحدث افتراضيا أصبح له صدى في الواقع أيضا، فكل هذا في نهاية المطاف يؤثر سلبيا على انطباع الشباب اتجاه مجتمعهم المحلي، فالفايسبوك بالنسبة لهم لم يُعزِر تمثلاتهم فقط بل كشف حقيقة المجتمع الجزائري على مختلف الأصعدة؛ هذه الحقيقة التي كانت متوارية عن الأنظار قبل ظهور هذه الوسيلة، وهذه الصورة السلبية التي اكتسبها الشباب الجزائري بفعل تأثير الفايسبوك تعتبر بمثابة حقيقة مشتركة بينهم، وهذا ما يؤكد بأن المجتمعات الافتراضية تستطيع أن تقوم بدور فعال في عملية بناء المعاني المشتركة بين الناس على غرار الوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى.

- وكما نلفت النظر هنا إلى أن تأثير الفايسبوك على تمثلات الشباب الجزائري يصل إلى درجة تغيير الأفكار والقناعات الشخصية والآراء، إلا أنه لا يصل إلى درجة المساس بالقيم، أو التأثير على القدرة على الحوار والتواصل اللغوي في الواقع، فضلا على أنه وحسب أفراد العينة لم يؤثر على المعايير والضوابط التي تحكم سلوكهم، فهم لا يجروون على القيام بتصرفات غير أخلاقية عبر الفايسبوك، إلا أن هذا يبقى نسبيا في ظل احتمالية التفاوت بين الممارسات الفعلية التي تتم في هذا المجتمع الافتراضي وبين تلك الممارسات المعلن عنها، وكذا في ظل ما نشهده في الواقع الفعلي.

خاتمة

خاتمة:

تُفندُ هذه الدراسة ما تم التوصل إليه من نتائج في دراسات أخرى سابقة حول العديد من الأمور التي تختص بتأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على الشباب في المجتمع الجزائري فالنظرة كانت إلى حد كبير من قَبْلُ سلبية، تؤكد على العلاقة الوثيقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية والتوغل في المجتمعات الافتراضية وبين التنصل من المجتمع المحلي، والدخول في حالة الاغتراب الاجتماعي بكل ما تحمله من عزلة، فردانية، وهروب اجتماعي، وتأثير على هويات الشباب وسلوكهم الإنساني، بما يؤدي في نهاية المطاف إلى الانعزال والانسحاب من المجتمع الواقعي غير أن دراستنا قد توصلت إلى نتائج ذات اتجاه ايجابي على العموم، فمختلف ممارسات الشباب في المجتمع الافتراضي تتجه بدرجة عالية نحو الواقعية، فالافتراضي تبعاً لهذا لم يعد بعد اليوم افتراضياً أو خيالياً؛ فلقد تم التأكيد على الدور الفعال للفايسبوك في تحقيق اندماج الشباب في المجتمع الجزائري، وكذا على صعيد تفعيل فضائهم الاتصالي وتوسيعه، فالعلاقات الاجتماعية على هذا النحو لم تضحل بفعل التواصل الافتراضي وإنما تعززت أكثر، هذا فضلاً على أن هذه الشبكات بالفعل أصبحت تتضمن ازدواجية بين الفضاء العام والخاص، هذا الأخير الذي حقق فرصاً فريدة من نوعها ليس فقط للتعبير عن الذات وعرضها بدل النطاق الضيق الذي كانت تمارس فيه هذه العملية وفق حدود معينة، ولكن أيضاً على صعيد فتح النقاش حول مختلف المسائل الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، والثقافية... التي تمد بصلة مباشرة للحياة اليومية لهؤلاء الشباب ولما له صلة بواقعهم المعاش، مع قدر معتبر من الحرية وسقف منخفض للرقابة هذه الأخيرة التي لا ينتفي وجودها وإنما يقل ضغطها إلى حد ما، كما تم إثبات أن المجتمع الافتراضي لا يعد بأي شكل من الأشكال كبديل عن الواقعي، وإنما هذا الواقعي أصبح يتكامل مع الافتراضي، غير أن هذا كله لا ينفي التأثير السلبي الذي يُحدثه الفاييسبوك على تصورات هؤلاء الشباب حول محيطهم الاجتماعي على إثر ما يتم نشره عبره من أحداث، أخبار وقضايا... وتبعاً لطبيعة التعاملات التي تتم بين الأفراد في هذا العالم الافتراضي.

وتبقى بعض هذه النتائج نسبية؛ والحديث هنا يتعلق بالدرجة الأولى بالجانب السلوكي والأخلاقي المُتَبَع في الشبكات الاجتماعية، فالنسبية هنا ترتبط بمصداقية الباحثين في تقديم الإجابات، حيث أن هذا يستدعي البحث من جديد في هذا الجانب.

وما يمكننا قوله في نهاية هذه الدراسة، هو أن أي بحث لا يمكن أن يتصف بالكمال، وإنما ما يحمله من نقائص وهفوات يفتح المجال لدراسة جديدة تُكْمِلُ ما بدأت به هذه الأطروحة أو ما حاولت إيضاحه، رغم أننا حاولنا أن يكون هذا البحث متميزا في النقاط التي تطرق إليها ومختلفا عما تم تقديمه في السابق من دراسات حول الشبكات الاجتماعية، ومما نقترحه من دراسات على إثر هذه الأطروحة البحث في التمثلات الاجتماعية التقليدية للأفراد والمتوارثة من جيل إلى جيل حول العديد من الظواهر في المجتمع الجزائري، والتي تتعلق بالمعارف الشائعة والمشاركة بين كل الجزائريين؛ ومن ثم البحث في التمثلات التي أصبح يحملها هؤلاء الأفراد اليوم والمنتمين للمجتمعات الافتراضية على أن تكون هذه الدراسة طويلة المدى حتى يتم التعمق اللازم في الموضوع للكشف عن أنماط التفكير السائدة، وكذا المستحدثة لدى الجيل الجديد "جيل الإبهام".

قائمة المراجع

قائمة المراجع باللغة العربية:

1- القواميس والمعاجم:

1. ابن منظور معجم لسان العرب، دار نوبليس، ط1، 2006.
2. ابن منظور، معجم لسان العرب، المجلد السابع، حرف الحاء (2)، دار نوبليس، ط1، 2006.
3. أبو صلح عدنان، علم الاجتماع: أول معجم شامل بكل مصطلحات علم الاجتماع المتداولة في العالم وتعريفاتها، دار أسامة للنشر والتوزيع، د ط، الأردن، 2010.
4. حجازي سعيد سمير، معجم المصطلحات الحديثة في علم النفس والاجتماع ونظرية المعرفة، ط1، دار الكتب العلمية، لبنان، 2005.
5. غيث عاطف، قاموس علم الاجتماع الحديث، ترجمة إبراهيم جابر، ط1، دار المعرفة الجامعية .

2- الكتب:

1. بارني دارن، المجتمع الشبكي، ترجمة أحمد الجمعاوي، مراجعة ثائر ديب، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2015.
2. برغر بيتر، لوكرمان توماس، البنية الاجتماعية للواقع: دراسة في علم اجتماع المعرفة، ترجمة أبو بكر أحمد باقادر، ط1، دار الأهلية للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2000.
3. بركات حلیم، المجتمع العربي المعاصر: بحث استطلاعي اجتماعي، ط6، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001.
4. بعزیز إبراهيم، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1433هـ/2012.
5. بن روان بلفاسم، وسائل الإعلام والمجتمع: دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، ط1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1428هـ-2007.

6. بوجمعة رضوان، الإتصال التقليدي في الجزائر: مقارنة أنثروبولوجية، ط1، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 1431هـ / 2010.
7. بوحوش عمار، دليل الباحث في المنهجية وكناية الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، د ط، الجزائر، 1985.
8. بوخنوفة عبد الوهاب، شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والإنترنت، محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات، كتاب أشغال الملتقى الدولي: الشباب والاتصال والميديا، منسق الملتقى جمال الزرن، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، مؤسسة كونراد أديناور، وحدة البحث في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تونس، 14/15/16 أفريل 2010.
9. بوعلي نصير، السعيد بومعيزة وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، مكتبة إقرأ، الجزائر، 1430هـ / 2009.
10. النياتي خضير ياس، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، المملكة الأردنية الهاشمية، 1435هـ، 2014م.
11. الجابري عابد محمد، التواصل نظريات وتطبيقات، سلسلة فكر ونقد، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2010.
12. جبارة صفاء، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، د.ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 1433هـ / 2012.
13. جرار أحمد ليلي، الفايسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 1433-2012.
14. جونز فيليب، النظريات الاجتماعية والممارسات البحثية، ترجمة محمد ياسر الخواجة، ط1، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
15. حرب علي، نقد الحقيقة، ط1، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1993.
16. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، د.ط، الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة، 2004.
17. الحكيم فواز منصور، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.

18. خريف حسين، المدخل إلى الإتصال والتكيف الإجتماعي، دراسات نقدية، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 1426هـ/ 2005.
19. دليو فضيل، تقنيات المعاينة في العلوم الاجتماعية والإنسانية، د.ط، دار هومة، الجزائر، 2015.
20. دليو فضيل، علم الاجتماع المعاصر: ثنائيتة النظرية والمنهجية، دراسات نقدية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 1425هـ/ 2004.
21. رحومة علي محمد، علم الاجتماع الآلي: مقارنة في علم الاجتماع الغربي والاتصال عبر الحاسوب، د.ط، عالم المعرفة، الكويت، يناير 2008.
22. الزيود محمد اسماعيل، علم الاجتماع، د ط، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2010.
23. الزراد محمد خير فيصل، مشكلات المراهقة والشباب في الوطن العربي: في الصحة النفسية، دار النفائس، ط2، بيروت، لبنان، 2004.
24. زعيمي مراد، علم الاجتماع: رؤية نقدية، د.ط، مخبر علم إجتماع الإتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 1425هـ/ 2004.
25. الزيود ماجد، الشباب والقيم في عالم متغير، ط2، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
26. ساري حلمي، التواصل الاجتماعي، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 1437هـ/ 2016.
27. سامي عبد الفتاح علياء، الإنترنت والشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، سلسلة اتجاهات حديثة في الإعلام، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2009.
28. سبورك يان، أي مستقبل لعلم الاجتماع: في سبيل البحث عن معنى وفهم العالم الاجتماعي، ترجمة حسن منصور الحاج، ط1، مجد للدراسات والنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، 2009.

29. سكوت جون، علم الإجتماع: المفاهيم الأساسية، ترجمة محمد عثمان، ط1، الشببة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2009.
30. السنوسي ثريا، الاتصال التفاعلي في تونس، كتاب: أشغال ملتقى الاتصال والشباب والميديا، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، مؤسسة كونراد أديناور، وحدة البحث في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تونس، 2010.
31. السنوسي ثريا، تكنولوجيات الاتصال ومسألة الاستعمالات: المقاربة النظرية والتغلغل الاجتماعي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة-الجمهورية اللبنانية، 2016.
32. سيابيرا يوجينيا، التنوع الثقافي والإعلام العالمي، ترجمة أحمد المغربي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012.
33. سيرل . ر . جون، بناء الواقع الاجتماعي: من الطبيعة إلى الثقافة، ترجمة حسنة عبد السميع، مراجعة إسحاق عبيد، المركز القومي للترجمة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط1، 2012.
34. سيرل جون، العقل واللغة والمجتمع: الفلسفة في العالم الواقعي، ترجمة سعيد الغانمي، ط1، منشورات الإختلاف، المركز الثقافي العربي، الدار العربية للعلوم، الجزائر-المغرب-لبنان، 1427هـ-2006م.
35. الشجيري حسن علي سهام، أسنة الإعلام: جدلية التأثير والتغيير، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة-الجزائر، 2015.
36. الشمايلة ماهر عودة، محمود عزت الحام، مصطفى يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 1436هـ/2015.
37. الشميسي وداد، المنتديات الإلكترونية: بين التفاعلية وفن الحوار الافتراضي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، الأردن، 2016.
38. صالح محمد أحمد، اثنوغرافيا الإنترنت: وتداعياتها الاجتماعية والثقافية والسياسية، د.ط، د.س، د.ب، (pdf file).

39. صالح محمود غازي، عبد مطر شيماء، مفهوم الذات، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 1432هـ/2011م.
40. صيام شحاتة، القهر والحيلة: أنماط المقاومة السلبية في الحياة اليومية، ط2، مصر العربية للنشر، القاهرة، 2009.
41. صيام شحاتة، علم اجتماع العولمة، ط1، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
42. عبد الجواد خلف مصطفى، قراءة معاصرة في نظرية علم الاجتماع، ترجمة وتقديم محمد الجوهري، ط1، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، القاهرة، 2002.
43. عبد الحكيم منصور، الحقيقة والباحثون عن الحقيقة عبر التاريخ وأعظمهم محمد صلى الله عليه وسلم، ط1، دار الكتاب العربي، دمشق-القاهرة، 2015.
44. عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، ب، 2004.
45. عبد الرحمن طه، دين الحياء: من الفقه الائتماني إلى الفقه الائتماني-2: التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال، ط1، المؤسسة العربية للفكر والإبداع، بيروت، 2017.
46. عبد الفتاح فرح سماح، باقر النجار، حارث القرعاوي وآخرون، الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، تحرير وتقديم: عبد الإله بقزيز، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي، لبنان، 2013.
47. عبد اللطيف كمال، المعرفي، الأيديولوجي، الشبكي: تقاطعات ورهانات، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، فيفري، 2012.
48. عبد الله خلف جلييلة، الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية: دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية (نسيج، محيط، بوابة)، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، بيروت، 2014.
49. عبد المعطي السيد نها، صحافة المواطن: نحو نمط اتصالي جديد، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، 2015.
50. عبود حارث، العاني مزهر، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.

51. العربي ميلود، مفهوم الزمان في فلسفة بريغسون، ط1، ابن النديم للنشر والتوزيع، دار الروافد الثقافية-ناشرون، الجزائر-لبنان، 2013.
52. عزي عبد الرحمن، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، دار الأمة، الجزائر، 1995.
53. عزي عبد الرحمن، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، ط3، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (28)، لبنان، 2013.
54. علي غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، ط2، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 1430هـ/2009.
55. غدنز أنتوني، علم الاجتماع: مع مدخلات عربية، مساعدة كارين بيردسال، ترجمة وتقديم فايز الصباغ، ط4، المنظمة العربية للترجمة-مؤسسة ترجمان، بيروت، الأردن، 2001.
56. الفاتح حمدي محمد، ياسين قرناني، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة: الاستخدام والتأثير، كنوز الحكمة، ط1، 2011.
57. فرح علي محمد، صناعة الواقع: الإعلام وضبط المجتمع: أفكار حول السلطة والجمهور والوعي بالواقع، دراسات فكرية الجزء 3، ط1، مركز إنماء للبحوث والدراسات، لبنان، 2014.
58. الفلاحي حسين علي إبراهيم، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد: دراسات في صور وماهر من الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
59. فلوريدي لوتشيانو، الثورة الرابعة: كيف يعيد الغلاف المعلوماتي تشكيل الواقع الإنساني، ترجمة لؤي عبد المجيد السيد، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، سبتمبر 2017.
60. فهمي سيد حمد، سلامة محمد أمل، إدارة الأزمة مع الشباب، د.ط، المكتب الجامعي الحديث، 2012.

61. قتلوني مصعب حسام الدين، ثورات الفايسبوك: مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، ط1، شركة المطبوعان للنشر والتوزيع، لبنان، 2014.
62. قنديلجي عامر ابراهيم، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 1436هـ/2015.
63. قيراط محمد، محمد عايش، استخدامات وإشبعات الإنترنت: دراسة تحليلية ميدانية لشباب الإمارات العربية المتحدة، كتاب ثقافة الإنترنت وأثرها على الشباب، وقائع ندوة علمية، إعداد ماجد بوشلبي-يوسف عبديابي، إشراف محمد قيراط-ماجد بوشلبي، ط1، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، 2006.
64. كابان فيليب، جون فرنسوا دورتيه، علم الاجتماع: من النظريات الكبرى إلى الشؤون اليومية، أعلام وتواريخ وتيارات، ترجمة إياس حسن، ط1، دار الفرقد، سورية، 2010.
65. كافي يوسف مصطفى، الإعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 1437هـ/2016.
66. الكردي ربيع، البنائية الجديدة في علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، ط1، مصر العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2011.
67. كريب إيان، النظرية الاجتماعية: من بارسونز إلى هابرماس، ترجمة محمد حسين غلوم، مراجعة محمد عصفور، د.ط، عالم المعرفة، الكويت، د.س.
68. كعباش رابح، الاتجاهات الأساسية في علم الاجتماع، مخبر بحث علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، الجزائر.
69. لايدر ديرك، قضايا التنظير في البحث الاجتماعي، ترجمة عدلي السمري، مراجعة وتقديم محمد الجوهري، د.ط، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2000.
70. لعقاب محمد، قضايا ساخنة في الإعلام والإسلام والثقافة، ط2، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
71. لورينزو فيلشس، التلفزيون في الحياة اليومية، ترجمة: وجيه سمعان عبد المسيح، د.ط، المجلس الأعلى للثقافة، د.ب، 2000.

72. المقداجي غسان يوسف خالد، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية-الاجتماعية-الاقتصادية-الدينية-السياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النقاش للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
73. مكاوي عماد حسن، السيد حسين ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، د.ط، الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة، 2004.
74. منصوري نديم، سوسيولوجيا الإنترنت، سلسلة اجتماعيات عربية (4)، ط1، منتدى المعارف، بيروت، 2014.
75. مهنا فريال، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر المعاصر، دمشق، بيروت، 2002.
76. هايدجر مارتن، التقنية-الحقيقة-الوجود، ترجمة محمد سبيلا، عبد الهادي مفتاح، د.ط، المركز الثقافي العربي، لبنان، المغرب، د.س.
77. هيل مايكل، أثر المعلومات على المجتمع: دراسة لطبيعتها، حتميتها واستعمالها، ط1، مركز الإمارات للبحوث والدراسات الإستراتيجية، الإمارات العربية المتحدة، 2004.

3-المقالات العلمية:

1. بليوسف مسعودة، الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد: دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، د.س.
2. بوخنوفة عبد الوهاب، الأطفال والثورة المعلوماتية: التمثل والاستخدامات، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد2، د.ب، 2007.
3. تومي فضيلة، بوخيزة نبيلة، الهويات في مواجهة تقانة المجتمع الشبكي المخلعة: حسابات مستخدمى الفايسبوك أنموذجا (دراسة استكشافية)، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد21، ديسمبر 2015.
4. حدادي وليدة، الشبكات الاجتماعية: من التواصل إلى خطر العزلة الاجتماعية، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 7، العدد 21، الجزائر.

5. الحمامي لصادق، الميديا الجديدة والمجال العمومي: الإحياء والانبعاث، مجلة الإذاعات العربية، تونس، د.س.
6. حميدشة نبيل، المقابلة في البحث الاجتماعي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد الثامن، جوان، الجزائر، 2012.
7. حيدش سعد، جون بودريار: الاتصال وإشكالية الواقع المفرد، مجلة إضافات، العددان 30/29، 2015.
8. عبدلي أحمد، الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال: الإنترنت نموذجاً-مقاربة نظرية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الأغواط، العدد 6، الجزائر.
9. عبديش صونية، قراءة في كتاب: الشباب الجزائري والفايسبوك: بين فرص الإستخدام ومعضلة الإدمان، مجلة Arab Media & Society، Issue 23، Winter/Spring 2017، ص9، (pdf file).
10. عوفي مصطفى، رضا سلاطنية، أثر الضغوط الحضرية على التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 17، مارس 2016.
11. العويضة بن موسى سلطان، علاقة الإتصال المفضل الشائع بكل من القلق الاجتماعي والشعور بالوحدة وكشف الذات: لدى عينة من طلبة جامعة عمان الأهلية، دراسات، العلوم التربوية، المجلد 36، 2009.
12. فاطمة الزهراء، منهجية وتقنيات البحث الاجتماعي، مركز جيل للبحث العلمي، لبنان، ISSN 2410-6666، يونيو 2015.
13. مهدي سامية، مواقع الشبكات الاجتماعية: قراءة في سوسيولوجيا الاستخدام، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي، العدد 20 ديسمبر، الجزائر، 2016.
14. وسار نوال، أزمة اللغة العربية في المجال الافتراضي لدى الشباب، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 7، الجزء 1، جوان 2017.ذ.

4-الأطروحات والدراسات العلمية:

1. الأسطل خليل يونس يعقوب، المشكلات النفس اجتماعية والانحرافات السلوكية لدى المترددين على مراكز الإنترنت بمحافظة خان يونس، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011.
2. عكروت فريدة، التمثلات الاجتماعية للطلبة الجامعيين والسلوكيات الاتصالية: دراسة ميدانية لتمثلات الفضاء الجامعي وسلوكيات الاتصال اليومي للطلبة، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، إشراف سعيد بومعيزة، جامعة الجزائر 3، 2014-2015.
3. لعبان عزيز، علاقة الإدمان على المشاهدة التلفزيونية ببناء الأفراد للحقائق الاجتماعية، اختبار فرضية التنقيف على عينة من الطلبة الجامعيين والثانويين بالجزائر العاصمة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، 2007-2008.

5- الجرائد:

- 1- ب. حورية، شذوذ يطيح بلص يصطاد ضحايا عبر الفايسبوك، صفحة الحدث، جريدة الشروق اليومي الجزائرية، 2017/11/1، العدد 5623، ص4.
- 2- حليسي طاهر، الفايسبوك يطيح بعصابة في باتنة، الصفحة الأخيرة، جريدة الشروق اليومي الجزائرية، 2017/12/03، العدد 5655، ص24.
- 3- حمادي محمد، جوليز وإخوانه بيننا، جريدة الشروق اليومي الجزائرية، صفحة مرصد الشروق، العدد 5634، يوم 2017/11/12.
- 4- حمادي. ف، جرائم العالم الافتراضي...بلا عقاب في الجزائر: تقنن في ابتزاز الفتيات وتخصص في قرصنة المواقع لسرقة الأموال دون حسيب، موقع جزايرس، جريدة الفجر، 2011/12/11، <https://www.djazairss.com/alfadjr/199559>، تم الاطلاع يوم: 2017/12/3.
- 5- حويشة حسان، سلطة الضبط تقدم حصيلة القطاع لعام 2016: 29 مليون مشترك في الإنترنت و47 مليون في الهاتف النقال، صفحة الحدث، جريدة الشروق اليومي الجزائرية، الخميس 30 مارس 2017، العدد 5413،

6- دودان نجاة، السب والشتم ينتقل إلى مواقع التواصل الاجتماعي، الموقع الرسمي لجريدة المقام، 2013/10/25، <http://www.elmakam.com/?p=18747>، تم الاطلاع يوم: 2017/12/3.

7- طيب عتو خيرة، القبض على شاب رد رفض صديقتة الزواج منه بنشر صورها في الفايسبوك، موقع جزايرس، جريدة المشوار السياسي، 2011/06/19، <https://www.djazairess.com/alseyassi/11558>، تم الاطلاع يوم: 2017/12/3.

8- لطيفة زهية، الفايسبوك في الجزائر... للابتزاز، الجنس والجريمة، موقع جزايرس، جريدة البلاد أونلاين، 2012/10/02، <https://www.djazairess.com/elbilad/100074>، تم الاطلاع يوم: 2017/12/3.

Bibliography in English

1-Books:

1. Berger L Peter., Luckmann Thomas, the construction of social reality: a treatise in the sociology of knowledge, Penguin books Ltd,6 Ed, England, 1991.
2. Buchingham David, youth, identity, and digital media, Makarthure foundation series on digital media and learning, Cambridge, the Mit press, 2008.
3. Charlton Michael, Ben Bachmair, media communication in everyday life : interpretative studies on children and young people's media actions, K-G/Saur, New york,-London- Paris, 1990.
4. Crowston Kevin, Sandra Sieber, Eleanor Wynn, virtuality and virtualisation, Springer ed, USA, 2007.
5. Dmul Joe, cyberspase odyssey: towards a virtual ontology and anthropology, 1ed, cambridge scholars publishing, Newcastele, 2010.
6. Dodge Martin, Rob Kitchin, mapping cyberspace, 1ed, Routledge Taylor and francis group, London-New york, 2003.
7. Erving Goffman, the presentation of self in everyday life, social sciences research centre, University of Edinburg, England, 1956.

8. Heike Monica, is there a home in cyberspace ? the interim migran's everyday life and the emergence of global communities, 1 ed, Routledge, New York-London, 2012.
9. Johns Mark, Shing-ling-Chen, Laura Terlip, symbolic interaction and new social media, 1ed, Emerald books, UK-Japon-Malaziya, 2014.
10. Jovchelovitch Sandra, trust and social representations : understanding relations between self and other in the brazilian public sphere, trust and distrust : sociocultural perspectives, Markova books, Information age publishing, 2007.
11. M .Robert , Krauss, Chi-yue-chiu, language and social behaviour, handbook of social psychology, 4ed, Boston.
12. M.L. Franklin, postcolonial politics : the internet and everyday life, 1ed, Routledge Taylor and Francis group, London-New york, 2004.
13. Mantovani Gussepe new communication environments from everyday to virtual, Taylor and Francis Ltd, 1ed, UK-USA, 1996.
14. Rotaro Cristina Ileana, virtual communication: the impact of the new informational and communicational technologies in contemporary educational space, translation to English Gigel Mihaita, 1st Ed, Bucharest, 2010.
15. Sandri S., reflexivity in economics: an exprimental examination on the self referentiality of economic theory, Springer, Verlage, Berlin, Heidelberg, 2009.
16. Searle .R. John, the social construction of reality, Penguin group Ltd, Strand, London, 1995
17. Servaes Jan, Nico Carpentier, towards a sustainble information society, Holly spradling, Uk-USA, 2006.
18. Sumiala Johanna, media and ritual : death, community and everyday life, 1 ed, Routledge Taylor and Francis group, London, New York, 2013.
19. Wellman Barry, Caroline Haythornthaite, the internet in everyday life, 1ed, blackwell publishing, USA, UK, Germany, 2002.
20. Zimmermen H., Deirore Boden, talk and social structure, studies ethnomethodology and conversation analysis, 1ed, Polity press, Combridge, UK, 1993.

2-Scientific articles:

1. A .Michael, Dreek Lackaff, Devan Rosen, the relationship between traditional mass media and social media :reality television as a model for social network site behaviour, journal of broadcasting and electronic media, broadcast education association, 54 (3).
2. A. Teun, Van Dick, discoure analysis, Academec press, London vol 3, 1985.
3. Andrews Ton, what is social constructivism ?, the grounded theory review, vol 11, issue 1, 2012.
4. Anne Marry, in defense of the internet: the relationship between internet, communication and depression, loneliness, self esteem and perceived social support, cyborchology and behavior, Vol 5, N 2, 2002.
5. Castells Manuel, materials for an exploratory theory of the network society, British journal of sociology, vol No= 51, London, (January, March), 2008.
6. Ebert, S.Thomas, a new paradigm for the sociology of knowlede: the social construction of reality after 25 years, in Schweizerische Zaeitschrift für soziologie, 18, 1992.
7. Garcia Rizo Marta, reality construction, communication and daily life : an approach to Thomas Lukmann work, Intercom, RBCC, vol : 38, N : 2, July 2015.
8. Gerbner George, cultivation analysis : an overview, mass communication and society, (3) 4, 1998.
9. Glimberti Carlo, Giuseppe Riva, computer-mediated-communication : social interaction in an electronic envirement, journal of genetic,social and general psychology monographs, Heldref publication, 124, 1998.
10. Gotved Stine, time and space in cyber social reality, new media and society, vol :8(3), Sage publication, London, 2006.
11. Koo Won-Suh, Helen Hasan, Paul couchman, web-mediated-communication (wmc) and social interaction: a social psychological approach, knowledge creation press, whymark ed, Australia, 2003, (pdf file), Selected Papers form the First National Conference on Transformational Tools for 21st Century Minds,

- <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=3929&context=compapers>
12. Lewis David, Andrew Weigert, trust as social reality, social forces, vol: 63(4), 1985.
 13. Mantovani Giuseppe, "Real" presence: How different ontologies generate different criteria for presence, telepresence, and virtual presence, Journal "Presence: Teleoperators and Virtual Environments", 8 (5), 1999, (pdf file), <http://cybertherapy.info/pages/presence.pdf>
 14. Mirand Shaila, Carol Saundersn, social construction of meaning : an alternative perspective information sharing, information system research, 9 (10), 2002.
 15. Mzzetto Luiz di A cura, sociology and life-world, rivista italiana di sociologia, Firenze University press, vol: 06, N: 12, 2015.
 16. Nisic Vanja, Divna Plavsic, the role of media in the construction of social reality, sociological discoure, N 7, april 2014.
 17. R.Halz Josephine.,Charles R. Wright, sociology of mass communication, annual, review of sociology, Amenberg school of communication, Philadelphia-pennsylvania, 1979.
 18. Ridings Catherine, David Gefen, Bay Arinzo, some antecedents and effects of trust in virtual communities, journal of strategic information systems, 11, 2002.
 19. Robinson Laura, the cyberself : the selfing project goes online, symbolic interaction in the digital age, new media and society, sage publication, London, vol: 9, 2007.
 20. Van Dijck José, you have one identity : performing the self on facebook and linkedin, media, cultur and society, Sage, Netherland, 35 (2), 2013.
 21. Weber Stefen, media and the construction of reality, was heißt medien konstruieren wirklich keit, von einen ontologischen zue einen empirischen verständnis von konstruktion,medieniimpulse, Helf, N:40, juni 2002, http://www.mediamanual.at/en/pdf/Weber_etrans.pdf.
 22. Zhao Shanyag, the internet and the transformation of the reality of everyday life : towards new analytic stance in sociology, Sociological inquiry, vol : 76, N : 04, 2006.

23. Zhao Shanyang, the digital self : the looking glass of telecopresence others, journal of symbolic interaction, vol :28, issue 3, 2005.
24. Zizi Papacharissi, the presentation of self in virtual life : characteristics of personal homepages, journalism and mass communication Quarterly, academic journal, vol: 79, issue 3, 2002.

3-Dissertations and scientific studies:

1. Chester Andrea, presenting the self in cyberspace: identity play in moos, PHD thesis, department of philosophy, University of Melbourne, 2004.
2. Jordon Deirdre, identity as a problem in the sociology of knowledge: the social construction of aboriginal identity with special reference to the “world of education”, a research project submitted in fulfillment of the regurement for PHD degree, London, 1983.
3. Kasarar Sahin, Virtual Construction of Social Reality Through New Medium-Internet, Eastern Mediterrane University, NORTHERN CYPRUS TURKISH REPUBLIC.
4. Zarghoni Sasan, study of self presentation in light of facebook, psychology University of Oslo, autumn 2007.

الويوغرافيا:

- جمال غيطاس، الصحافة الإلكترونية في المؤتمر الرابع للصحفيين:
<http://www.geocities.com/askress2009>
- عبد العال الديري، المجتمعات الافتراضية: التعريف، التطور، والغايات،
http://accronline.com/article_detail.aspx?id=9683، الأحد 20 سبتمبر
2015، الساعة 48: 22.
- عرض الذات في الحياة اليومية، موقع سطرين، [http://satrein.com/project/the-
/presentation-of-the-self-in-everyday-life](http://satrein.com/project/the-presentation-of-the-self-in-everyday-life/) ، 2016/06/17.

قائمة الملاحق

ملحق رقم 01: استمارة الاستبيان الإلكترونية:

جامعة صلاح بوبنيدر/ قسنطينة 3

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

أعزائي نحتاج مساعدتكم في ملء هذه الاستمارة وذلك بغرض إنجاز أطروحة الدكتوراه المعنونة ب"بناء الحقائق الاجتماعية في المجتمعات الافتراضية لدى الشباب الجزائري"، إذ نتمنى أن تتم الإجابة على أسئلتها وفقراتها بكل صراحة ومصداقية، مع العلم أنه لا توجد أي معلومات شخصية تدل على ذات الشخص أو تشير إليه، فإجاباتكم سيتم استغلالها لأغراض علمية بحتة لا غير.

البيانات الأولية:

الجنس: ذكر أنثى

السن: 18-22 23-26 27-36

المستوى المعيشي:

ممتاز جيد متوسط متدني

المستوى التعليمي:

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

الحالة المدنية:

أعزب/عزباء متزوج (ة)

المستوى المهني:

عامل (ة) عاطل عن العمل (ة)

المحور الأول: طبيعة استخدام الشباب الجزائري للفايسبوك في حياتهم اليومية:

1- ما عدد الساعات التي تقضيها في استخدام الفاييسبوك يوميا:

أقل من ساعة ساعة-ساعتين

3 ساعات-4 ساعات 5 ساعات فما فوق

2- ما الوسيلة التي تستخدمها لتصفح الفاييسبوك:

الكمبيوتر المحمول الهاتف النقال

اللوحة الإلكترونية جهاز حاسوب ثابت

3- هل تفضل قضاء وقت فراغك في تصفح الفاييسبوك؟

دائما غالبا أحيانا نادرا أبدا

4- هل تشعر بأنه لا يمكنك الاستغناء عن الفاييسبوك في حياتك؟

دائما غالبا أحيانا نادرا أبدا

5- هل تشعر بالندم نتيجة استخدامك الفاييسبوك لوقت طويل؟

دائما غالبا أحيانا نادرا أبدا

6- عندما لا تستطيع استخدام الفاييسبوك هل تشعر بحالة من النقص الشديد؟

دائما غالبا أحيانا نادرا أبدا

7- هل سبب لك الفاييسبوك مشاكل حقيقية في حياتك اليومية ورغم ذلك تستمر في استخدامه؟

دائما غالبا أحيانا نادرا أبدا

8- أستخدم الفاييبوك بهدف:

- تكوين علاقات عاطفية مع الجنس الآخر
- توسيع علاقات الصداقة
- الحصول على المساعدة والاستفادة من الآخرين
- الترويح عن النفس والتسلية لا غير
- التعرف على القضايا والأخبار التي تدور في العالم
- التواصل مع العائلة والأقارب
- التواصل مع الأصدقاء
- أخرى أذكرها:

المحور الثاني: بناء وعرض الذات في الحياة الافتراضية:

1- كم تملك من حساب في الفاييبوك؟

- 1 2 3 أكثر من 3

2- هل تستخدم في صفحتك الفاييبوكية إسما:

- حقيقيا مستعارا

إذا كنت تستخدم إسما مستعارا، فهذا بسبب:

- عدم وجود الثقة في الفاييبوك كبيئة افتراضية
- حتى تبقى مجهول الهوية للآخرين (الأقارب، الأصدقاء الحقيقيين...)
- لتتصرف بحرية أكبر
- لتعبر من خلال هذا الاسم على جزء من شخصيتك
- أسباب أخرى أذكرها.....

3- هل تضع صورتك الحقيقية في البروفايل؟

- نعم لا

4- بياناتك التي تضعها للتعريف بك في صفحة الفاييبوك (الجنس، السن، البلد...):

- بيانات حقيقية معلومات مزيفة

5- إذا كنت لا تضع بياناتك الحقيقية فلماذا؟

- لكي لا يطلع عليها الآخرون
- لكي أتمكن من التلاعب بهويتي كما أشاء
- حتى لا يتمكن الآخرون من سرقة حسابي
- أخرى أذكرها :

6- هل لديك حساب فيسبوك بجنس مخالف (أنثى تفتح حساب بأنها ذكر والذكر حساب أنثى)؟

نعم لا

إذا كان لديك حساب مخالف فما الهدف من ذلك؟

- الرغبة في معرفة ما يشعر به الجنس الآخر أثناء الحديث في مواضيع معينة
- للتلاعب بعقول وعواطف الآخرين فقط
- لكي تكون شخصيتي مجهولة أكثر
- أسباب أخرى

7- عندما تصف مظهرك الخارجي للأشخاص الذين تتحدث معهم عبر الفايسبوك (أثناء التعارف)

هل:

- تصفه كما هو في الواقع
- تغير من سماتك الجسدية
- أحيانا فقط أغير من سماتي الجسدية

-إذا كنت تغير من سماتك الجسدية فلماذا؟

.....

8- عندما تتحدث مع الآخرين عن حياتك اليومية عبر الفايسبوك:

- تكون موضوعيا (واقعيًا)
- تُعدّل وتُغيّر فيها كثيرا
- تعدّل وتُغيّر فيها قليلا

9- هل تراجع المحادثات (Conversation) التي تتم بينك وبين بعض الأشخاص عبر الفايسبوك؟

دائماً أحيانا أبدا

10- هل تتعامل في الفايسبوك بشخصية أخرى مع بعض الأصدقاء (من خلال صفحتك المعتادة أو حتى من خلال حساب فايسبوك آخر لك)؟

دائماً أحيانا أبدا

إذا كنت تتعامل بشخصية أخرى مع بعض الأصدقاء فذلك:

- | | | | |
|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| <input type="checkbox"/> | - لكي لا تحس بالإحراج | <input type="checkbox"/> | - لكي تكون جريئاً أكثر |
| <input type="checkbox"/> | - لأنك تحس بالثقة أكثر أثناء التحدث | <input type="checkbox"/> | - لتستطيع التحدث بسهولة |
| <input type="checkbox"/> | - لكي تجرب شخصية أخرى فقط | <input type="checkbox"/> | - لتعرف آراء الناس حولك |

11- هل تشعر أن شخصيتك في الواقع تتناقض مع شخصيتك في الفايسبوك؟

أشعر بذلك دائماً أشعر بذلك أحيانا لا أشعر بذلك أبدا

12- هل تقوم بنشر يومياتك عبر الفايسبوك ليشارك الآخرون فيها (تهنئة بمناسبة ما، حالتك اليوم سعيد، حزين، متعب... منشورات عن العطلة، نشر صورك، كل ما يدور في حياتك....)؟

دائماً أحيانا أبدا

13- المواضيع التي تنشرها عادة عبر الفايسبوك:

- تعبر عن اهتماماتك وشخصيتك
- بغض النظر عن اهتماماتي أضع مواضيع فقط ليُعجَب بها الناس
- أضعها فقط لمجرد إثارة اهتمام الآخرين حتى ولو لم تعجبهم

14- هل تعتقد بأن الفايسبوك هو فضاء حر حيث تقول ما تشاء وكيفما تشاء؟

دائماً غالباً أحيانا نادراً أبداً

15- هل تحس بتقدير الذات على إثر تعليقات الإعجاب التي يضعها أصدقاؤك على ما تنشره؟

دائماً أحياناً أبداً

16- هل أنت مع أو ضد نشر الناس ليومياتهم عبر الفايسبوك؟

- مع ذلك

- ضد ذلك

- محايد

- إذا كنت ضد نشر الناس ليومياتهم عبر الفايسبوك فلماذا؟

.....

17- الانطباع الذي أريد أن يكونه الآخرون عني من خلال التفاعل معهم عبر الفايسبوك ومن

خلال ما أنشره هو أنني شخص (يمكن اختيار أكثر من إجابة) :

إيجابي	ملتزم دينياً	سعيد	حزين	منفتح	عدواني	ذكي	وحيد	متقف	جميل	اجتماعي	طموح	أخرى

المحور الثالث: التصورات حول العلاقات الاجتماعية الافتراضية:

1- هل تشعر بالثقة في النفس أكثر أثناء التفاعل:

وجهاً لوجه عبر الفايسبوك فقط حسب الشخص المتفاعل معه

2- هل تفضل أن تتواصل من خلال الفايسبوك بصفة أكثر:

- مع أصدقاؤك الافتراضيين الذين لا تعرفهم في الواقع فقط

- مع أصدقاؤك الذين تعرفهم في الواقع فقط

- مع كليهما

3- كيف تصف علاقتك مع أصدقاؤك الافتراضيين؟

- علاقات عابرة وليست مهمة بالنسبة لي

- علاقات جدية ومهمة في حياتي

- بعضها جدي وبعضها عابر

4- هل تشعر أنك تعامل الأشخاص في الفايسبوك وفقا لما يقومون بنشره في صفحاتهم الخاصة؟

دائما غالبا أحيانا نادرا أبدا

5- هل تثق في الأشخاص الذين تعرفت عليهم من خلال الفايسبوك؟ (الثقة فيما يقدمونه من معلومات عن حياتهم اليومية وبياناتهم الشخصية مثلا):

دائما غالبا أحيانا نادرا أبدا

إذا كانت تميل لعدم الثقة فلماذا؟

.....

.....

6- هل ترغب في لقاء الأصدقاء الذين تعرفت عليهم من خلال الفايسبوك في الواقع الحقيقي؟

نعم لا

إذا كنت لا ترغب في لقاءهم، فما السبب؟

.....

7- التفاعل مع الافتراضيين في الفايسبوك أثر علي وجعلني أغير العديد من الأمور في حياتي

اليومية:

دائما أحيانا أبدا

المحور الرابع: التأثير على اندماجية الفرد:

ضع علامة x أمام الاختيار المناسب بالنسبة إليك:

العبارات	الاختيارات	موفق	غير موافق	محايد
الفيسبوك جعلني:				
	أهتم بمختلف القضايا والأخبار التي تهتم المجتمع الجزائري أكثر من ذي قبل			
	أحس أنني مندمج أكثر في المجتمع الواقعي			
	أقترب من أصدقائك الذين تعرفهم في الواقع أكثر من ذي قبل			
	أفضل الحياة الافتراضية على الحياة الواقعية			
	أهتم بالقضايا التي تخص الشأن العالمي أكثر من المحلي			
	أحس بالعزلة في المجتمع الواقعي (المحلي)			
	جعلني أتبنى العديد من القيم الغربية على حساب القيم العربية			
	أحلم بالعيش في مجتمع آخر بعيدا عن الجزائر			
	أوسع من علاقاتي الاجتماعية الواقعية			
	جعلني أفقد القدرة على المحاوراة والتحدث مع الآخرين في الواقع الحقيقي			
	أعتبر أن العالم الافتراضي هو بديل عن العالم الواقعي			
	أتجنب المشاركة في المناسبات الحياتية			
	أقوم بتصرفات في الفيسبوك لا أجرؤ على القيام بها في حياتي اليومية الواقعية			
	أحس بالتذمر وبعدم الرضا عن الواقع المعاش			
	الفيسبوك جعلني أميل إلى الإعجاب بنمط الحياة الغربية على حساب مجتمعنا العربي			
	أحس بالوحدة في حياتي			

ملحق رقم 02: دليل المقابلة:

البيانات الأولية:

الجنس: ذكر أنثى

السن: 22-18 26-23 36-27

الأسئلة:

- 1- كم تستغرق في استخدام الفايسبوك من ساعة يوميا؟
- 2- هل تستطيع الاستغناء عن استخدام الفايسبوك نهائيا في حياتك؟
- 3- إذا كنت لا تستطيع فلماذا؟
- 4- هل تضع معلوماتك الشخصية الحقيقية في الفايسبوك؟
- 5- هل ترى بأن الفايسبوك قد أثر على علاقاتك الاجتماعية ايجابيا أو سلبيا؟
- 6- هل ترى بأن الفايسبوك قد أثر سلبيا على تواصلك مع أسرتك؟
- 7- أي الأشخاص تفضل التواصل معهم عبر الفايسبوك الواقعيين أو الافتراضيين؟
- 8- هل لديك علاقات افتراضية؟ وما مدى أهميتها بالنسبة إليك؟
- 9- هل تتعامل بشخصية مثالية أو واقعية عبر الفايسبوك؟
- 10- هل تنشر يومياتك عبر الفايسبوك؟
- 11- هل تعتقد بأن الفايسبوك قد أثر على أفكارك وقناعاتك في الحياة؟
- 12- هل بسبب الفايسبوك أصبحت ترى المجتمع الجزائري بنظرة مغايرة لما كنت تتصوره في السابق؟
- 13- هل حدث وأن وقعت في موقف غير أخلاقي عبر الفايسبوك مسك شخصا؟
- 14- هل تشعر في الفايسبوك بالجرأة وبالتحرر من مختلف القيود الاجتماعية التي تحكمك في الواقع؟