

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة صالح بونيدر — قسنطينة 3—



كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعى البصرى
قسم الاتصال و العلاقات العامة
تخصص: اتصال و علاقات عامة
الرقم التسلسلي:
رقم التسجيل:

القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي دراسة اثنوغرافية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف:

أ.د / أوهابية فتيحة

إعداد الطالب:

يحي تقي الدين

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د. بوشوشة عبد الحميد	أستاذ محاضر أ	جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3	رئيساً
أ.د. أوهابية فتيحة	أستاذ التعليم العالي	جامعة باجي مختار عنابة	مشرفاً ومقرراً
أ.د. سهدي وحيدة	أستاذ التعليم العالي	جامعة باجي مختار عنابة	عضوا مناقشا
د. جربوعة عادل	أستاذ محاضر أ	جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3	عضوا مناقشا
د. بوعافية عيسى	أستاذ محاضر أ	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية	عضوا مناقشا
د. خلفاوي شمس ضيات	أستاذ محاضر أ	جامعة باجي مختار عنابة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2017 / 2018

هَذِهِ آيَةُ الْوَالِدِ الْأَبْلَغِ
أَلَا اللَّهُ نُورٌ أُنْشِقِقُ فِيهَا مِصْبَاحُ الْمِصْبَاحِ فِي زُجَاجَةٍ

كُورِبٍ أَيْ أَيْوِيَةٍ
الزُّجَاجَةُ كَالزُّجَاجِ فِي زَيْتُونَةٍ لَا شَرْقِيَّةٍ وَلَا غَرْبِيَّةٍ يَكَادُ

لَمْ يَخْرُجْ مِنْهَا نُورٌ
يُنْشِقِقُ فِيهَا نُورٌ أُنْشِقِقُ فِيهَا نُورٌ مِنْ نِشَاءٍ وَيَضْرِبُ

أَنَّ اللَّهَ يَخْلُقُ مَا يَشَاءُ

كلمة شكر

نحمد الله الذي وفقنا لإتمام هذا العمل ، وما لتوفيقه إلا بالله...!

ولما كان شكر الناس من شكر الله ، فإن هذا الجهد ما كان ليعرف تويجه ، لولا مساهمة العديد من الأساتذة الذين تدخلوا على مدى فترات إنجاز هذا العمل ، من أجل إعطاءه الرفع الذي أوصله إلى مداره الأخير.

نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأساتذة الكثيرة: **أوهايية فتيحة** لإشرافها على هذا العمل وتأطيرها له ، فنشكرها على توجيهاتها القيمة ، ونصائحها المفيدة ، ومناقشتها الفعالة ، ونقدتها البناء فمالمبت إلا أن تكون دليلنا في هذا العمل ، ومناة نستنير بها في الدروب الوعرة لهذه الدراسة.

وكذلك كل الشكر والامتان للأساتذة الكرام:

سعدى وحيدة (جامعة عنابة) ، **بوشوشة عبد الحميد** (جامعة قسنطينة 03) ، **أحمد الجودي**

(جامعة أوربرو - السويد)

للجمهور التي قدموها في إتمام هذا العمل ، ومرافقتهم الرائمة لنا.

محى تقى الدين

الفهرس



أ	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
08	أولاً: إشكالية الدراسة
29	ثانياً: تساؤلات الدراسة
29	ثالثاً: أهمية الدراسة
31	رابعاً: أسباب اختيار موضوع الدراسة
32	خامساً: أهداف الدراسة
33	سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة
66	سابعاً: الدراسات السابقة
75	ثامناً: المدخل النظري للدراسة
88	تاسعاً: منهج الدراسة
94	عاشراً: مجتمع وعينة الدراسة
96	إحدى عشر: أدوات الدراسة
102	اثنا عشر: الصدق والثبات
الإطار النظري للدراسة	
أولاً: القيم الثقافية.. قراءة اتصالية إعلامية	
106	تمهيد
أ. مدخل نظري للقيم	
107	1. الدراسة العلمية للقيم
107	1.1 إشكالية الدراسة العلمية للقيم
108	2.1 بدايات الدراسة العلمية للقيم.
111	3.1 أسباب التوجه إلى الدراسة العلمية للقيم
113	2. الثقافة بين التأصيل القيمي وضرورة الشاقل
113	1.2 التفاعل بين القيم والثقافة
115	2.2 القيم الثقافية: جدلية المحلي - الكوني
117	3.2 الثقافة في إطار الوعي التأويلي
119	3. القيم الثقافية للمجتمع الجزائري
119	1.3 قراءة في المقومات

121	2.3	واقع القيم الثقافية في المجتمع الجزائري
124	3.3	ملامح أزمة القيم الثقافية لدى الشباب الجزائري

II. سلطة القيم الثقافية في التواصل

126	1.	سلطة القيم الثقافية في أنواع التواصل
126	1.1	أنواع التواصل
128	2.1	النماذج المعرفية الخاصة بأنواع التواصل
133	3.1	الجانب القيمي الثقافي لأنواع التواصل
135	2.	التواصل ضمن التحليل القيمي الثقافي
135	1.2	الاتصال والذات الاجتماعية والبنى الثقافية
137	2.2	أنثربولوجيا الاتصال كمدخل لتفسير القيم الثقافية
139	3.2	رهان الفهم الاتصالي في المجتمعات اللامرئية
141	3.	عملية اكتساب القيم الثقافية اتصاليا
141	1.3	اكتساب نسق القيم الثقافية
144	2.3	الأطر النظرية المفسرة لاكتساب القيم الثقافية
148	3.3	الأبعاد الخفية لاكتساب القيم الثقافية اتصاليا

III. سؤال القيم الثقافية في الفكر الإعلامي الاتصالي

152	1.	القيم والثقافة في وسائل الإعلام
152	1.1	رموز القيم الثقافية في وسائل الإعلام
154	2.1	أصناف المحتوى القيمي الثقافي لوسائل الإعلام
157	3.1	جوانب التأثير الإعلامي (الإيجابية والسلبية) على القيم الثقافية
160	2.	القيم الثقافية في الفكر الإعلامي - الاتصالي الغربي
160	1.2	التواصل في المشروع القيمي لـ(هانز جوناكس) و(كارل أوتو آبل)
162	2.2	القيم في "الفعل الاتصالي" عند (يورغان هابرماس)
164	3.2	نظرية "أخلاق الكائن الانساني" لـ(كليفورد كريستنز)
166	3.	القيم الثقافية في الفكر الإعلامي - الاتصالي العربي
166	1.3	"الائتمانية" لمواجهة التحديات القيمة لثورة الاعلام والاتصال عند (طه عبد الرحمان)
168	2.3	نظرية "الاحتمية القيمة في الإعلام" لـ(عزي عبد الرحمان).
171	3.3	بحوث القيم الثقافية ضمن "القيم الإسلامية" في المنطقة العربية

ثانياً: شبكات التواصل الاجتماعي.. قراءة قيمة ثقافية

تمهيد

176

I. شبكات التواصل: مدخل معرفي

177

1. التشبيك الاجتماعي والاتصال الإنساني

177

1.1 تحول مفهوم الشبكة إلى دائرة التواصل الاجتماعي

179

2.1 طبيعة التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي

182

3.1 الجماعات المتخيلة في فضاء التواصل الاجتماعي الشبكي

188

2. أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

188

1.2 تصنيفات أنواع شبكات التواصل الاجتماعي وآليات عملها

190

2.2 بعض أشكال الفئة الأولى (الفايسوك، التويتتر، اليوتوب)

194

3.2 بعض أشكال الفئة الثانية (المدونات الإلكترونية، لينكد إن، بعض المواقع الأخرى والتطبيقات المتعلقة بالشبكات)

197

3. الأطر النظرية المفسرة لوسائط الإعلام الجديدة

197

1.3 وسائط الإعلام الجديدة في ميزان الفلسفة

199

2.3 وسائط الإعلام الجديدة في ضوء نظريات الاتصالية الكلاسيكية

201

3.3 نظريات وسائط الإعلام الجديدة

II. الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي: قراءة في التمثلات، الاستخدامات والتأثيرات

208

1. تمثلات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي

208

1.1 تمثلات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيلة

210

2.1 تمثلات الشباب لمحتوى شبكات التواصل الاجتماعي

212

3.1 تمثلات الشباب للأعمال البحثية التي تربطهم مع شبكات التواصل الاجتماعي

215

2. استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي

215

1.2 قراءة كمية لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية

222

2.2 قضايا الشباب العربي في شبكات التواصل الاجتماعي

226

3.2 استخدامات الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي

229

3. تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب

229

1.3 قراءة كمية لنتائج بعض الدراسات

231

2.3 التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، والسلوكية) على الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي

233

3.3 تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب في مستويات (التراتبية الاجتماعية، الثقافة الجماعية، الذات)

III. القيم الثقافية في شبكات التواصل الاجتماعي

237 1. التحديات المعرفية والمنهجية لدراسة القيم الثقافية في شبكات التواصل الاجتماعي

237 1.1 المدخل السيرياني لمعرفة شبكات التواصل الاجتماعي

239 2.1 تحديات القيم الثقافية في سيرانية شبكات التواصل الاجتماعي

242 3.1 التحديات المنهجية للبحث في القيم الثقافية في شبكات التواصل الاجتماعي

245 2. القيمة المركزية ومجالاتها في شبكات التواصل الاجتماعي

245 1.2 نظم القيم الثقافية

247 2.2 "التواصل" كقيمة مركزية

252 3.2 مجالات القيمة المركزية في شبكات التواصل الاجتماعي

258 3. توجيهات القيم الثقافية، والقيمة الأصلية

258 1.3 توجيهات القيم الثقافية

260 2.3 شروط القيمة الأصلية

263 3.3 "الحياء" كقيمة أصلية

266 خلاصة

الإطار التطبيقي للدراسة

أولاً: عادات وأنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، وتمهيداً للقيم الثقافية المكتسبة

269 تمهيد

I. عادات وأنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي

270 1. تحليل المقابلات والملاحظات

305 2. تحليل نتائج عادات وأنماط استخدام الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي

II. تمثيلات الشباب للقيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي

329 1. تحليل مقابلات الباحثين

391 2. تحليل نتائج تمثيلات الباحثين للقيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي

411 خلاصة

ثانياً: القيم الثقافية المكتسبة من خلال الفعل الاستراتيجي

413 تمهيد

I. القيم الثقافية المكتسبة

414 1. عرض المقابلات والملاحظات الخاصة بواقع الاكتساب

444 2. تحليل نتائج القيم الثقافية المكتسبة

II. قراءة قيمية ثقافية ونقدية لنتائج الدراسة

486 1. قراءة قيمية ثقافية لنتائج الدراسة في ضوء الرؤساء الافتراضي.

502 2. قراءة نقدية لنتائج الدراسة

513 خلاصة

515 الخاتمة

520 قائمة المصادر والمراجع

550 قائمة الملاحق

فهرس الأشكال والجدول



فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
142	محددات اكتساب نسق القيم	.01
159	أولوية الثقافة على وسائل الإعلام	.02
159	أولوية وسائل الإعلام على الثقافة	.03
159	محتويات الإعلام وعلاقتها بالقيم	.04
185	خصائص شدة الارتباط بين المستخدمين	.05
186	آثار عملية التحليل وسبر نسيج الشبكة	.06
215	احصاءات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (تقرير 2017)	.07

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
.01	تقسيم العينة حسب الملاحظة	101
.02	أنواع الاتصال الأساسية وخصائصه	127
.03	تصور (ريشر) لارتقاء القيم	145
.04	مقارنة بين خصائص الجماعات في المجتمع المتخيل والتقليدي	187
.05	قضايا الشباب العربي في الفضاء الرقمي عام 2010	225
.06	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الأول	414
.07	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الثاني	415
.08	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الثالث	416
.09	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الرابع	417
.10	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الخامس	418
.11	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث السادس	419
.12	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث السابع	420
.13	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الثامن	421
.14	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث التاسع	422
.15	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث العاشر	423
.16	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الحادي عشر	424
.17	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الثاني عشر	425
.18	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الثالث عشر	426
.19	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الرابع عشر	427
.20	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الخامس عشر	428
.21	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث السادس عشر	429
.22	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث السابع عشر	430
.23	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الثامن عشر	431
.24	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث التاسع عشر	432
.25	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث العشرون	433
.26	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الواحد والعشرون	434

435	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الثاني والعشرون	.27
436	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الثالث والعشرون	.28
437	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الرابع والعشرون	.29
438	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الخامس والعشرون	.30
439	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث السادس والعشرون	.31
440	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث السابع والعشرون	.32
441	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الثامن والعشرون	.33
442	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث التاسع والعشرون	.34
443	المقابلة والملاحظة الخاصة بواقع الاكتساب لدى المبحوث الثلاثون	.35
486	القيم والتوجيهات الثقافية	.36
493	القيم والقيمة الأصلية	.37

مرفق مرتب



لا شك أن مفهومي القيم و الثقافة هما من بين المفاهيم التي عكف على دراستها العديد من الباحثين للأهمية التي تضفيها المعرفة بهما على الحياة الإنسانية أجمع، بل ولن نبالغ تأكيداً في أهمية دراسة هذين المفهومين لفهم واقعنا الحالي و استشراف المستقبل، خصوصاً إذا أدركنا أن كل تفكير في مشكلات الحضارة، هو تفكير في مشكلة الثقافة¹، و أن كل تفكير في مشكلة الثقافة هو بالأساس تفكير في مشكلة القيم.

فالقيمة بالمعنى العام هي كل ما له شأن في التصور و الفعل لدى الأفراد و الجماعات، و قد تحدث (لوي لافال L.Lavelle) في كتابه "المطول في القيم" عن الأثر الذي تحدثه كلمة القيمة في عصرنا ووصفه بأنه سحر: "أصبحت كلمة قيمة تحدث في أناس عصرنا سحراً يشبه سحر كلمة وجود التي لا تكاد تنفصل عنا، و نحن هنا في قلب هذه المتاهة من المناقشات التي يتميز بها دائماً الفكر إبان صنعه، و ما إن يتم صنع الفكر؛ أي ما إن نجازه حتى يصبح من شأن التاريخ أن يعرفه و يلم به"²، فالقيمة إذن وجود بمعنى جديد، و هي وجود جديد يواكب معناه يراد تسميته بصيغة علم مستحدث تدل عليه كلمة "الأكسيولوجيا"³ "axiologie"، و يصح التعبير عن هذه الكلمة بعبارة "علم القيم" أو "فلسفة القيم" أو "نظرية القيم"، حيث "أنا نشعر -فيما يقول لافيل- أحياناً بأن مشكلة القيمة مشكلة جديدة، و لكن ليس من جديد سوى الاسم أو على الأقل التصور العام الذي يعتنقه الباحثون اليوم، ففي أيامنا هذه أخذنا نتساءل: هل في وسعنا إقامة علم مستقل بالقيم نطلق عليه اسم الأكسيولوجيا؟"³.

إن الاهتمام بالأكسيولوجيا اليوم يتيح لنا القول الآتي "في البدء كانت القيمة"، لأن الفكر ما فتى أن تنزل القيمة منزلة الصدارة من حيث اهتمامها الفعلي، إن معنى الحياة أو مغزى الوجود هو المشكلة الأساسية التي تطرحها التجربة القيمية و تضعها في طليعة المشكلات التي يتناولها الفكر الإنساني، و تنفرد القيم و التفكير القيمي نحو إتاحة الفرصة أمام العقل الإنساني كي يضيفي على الحياة معنى يكفل اختياراً يحدد به الإنسان مصيره و مصير العالم بأسره لقد شبه (شارل لالو Charles Lalo) دور القيمة في الفكر الحديث بدور فكرة الطاقة أو فكرة القوة في العلم الحديث⁴، فما أن استعار نيتشه مفهوم القيمة من الاقتصاديين و نقله إلى الذرائعيين المعاصرين حتى اضطلع هذا المفهوم في مجال التأمل الفلسفي شبيهه بدور فكرة الطاقة أو فكرة القوة في العلم الحديث، فالقوة أو الطاقة تستقر في أصل كل ظاهرة من الظواهر، و الحق أن القيمة كظاهرة و كتجربة ليست محل مشاهدة مباشرة إلا من حيث تأثيرها

¹ - مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، دار الفكر، دمشق، 2011، ص 101.

² - جالكي روس، الفكر الأخلاقي المعاصر، تر: عادل العوا، عويدات للنشر والتوزيع، لبنان، 2001، ص 11.

*- وهو العلم الذي يدرس القيم، ومدى ارتباطها بالعلم وخصائص التفكير العلمي.

³ - المرجع نفسه، ص 13.

⁴ - عادل العوا، العمدة في فلسفة القيم، دار الطليعة للنشر والتوزيع، لبنان، 2001، ص 49.

في نشاط الأفراد، و في نشاط الجماعات، و في تطورها التاريخي و الأنطولوجي، و القيمة بذاتها هي قوة بل طاقة، طاقة استبصار و تحفيز، و يذهب (ريمون رويه R. Ruyer) إلى أبعد من ذلك، حيث يرى في كتابه: "فلسفة القيم" أن القيمة هي التي تفسر القوى المرئية بالعين المجردة، و إن عكس ذلك غير صحيح"¹.

و فيما يخص الجانب الثقافي فقد تم إهمال مؤشر الرموز الثقافية إهمالا شبه كامل في دراستها للظواهر الثقافية و الاجتماعية بسبب الإيستيمولوجيا الوضعية (positivisme) التي لا تعترف بهذه المؤشرات كأدوات للتحليل² وتعمل في مقابل ذلك على تشييء الثقافة بدراستها مثلها مثل بقية الأشياء المادية دون القيام بجهد معرفي جاد للتعرف على الجوانب الخفية التي تتميز بها الرموز الثقافية. و بهذا الإغفال/الغياب لحضور اللمسات الميتافيزيقية في منظومة الرموز الثقافية تكون العلوم الاجتماعية المعاصرة -رغم ادعائها- بعيدة عن الموضوعية (objectivité)³.

و القلة القليلة من علماء الأنثروبولوجيا و الاجتماع هي التي نظرت إلى الجوانب الخفية من الثقافة، إلا أن إشاراتهم كانت مبهمة و غامضة في الكثير من الأحيان، ففي كتاب "مفهوم الثقافة" (لوايت ودلينغهام)⁴ سرد تعريفات للثقافة، تعتبرها عنصرا بشريا فوق العضوي (super-organic)، أو أسمى منه كما ذهب إلى كل من عالم الاجتماع (هربرت سبنسر Herbert Spencer) و عالم الأنثروبولوجيا (أفريد كروبر Alfred Kroeber)، أو هي تلك الأشياء غير البيولوجية (Non biological things) كما ورد على لسان عالم الأنثروبولوجيا (إدوارد تايلور Edward B. Taylor)، أو هي أشياء غير جسدية (Extrasomatic things) كما سماها عالم الأنثروبولوجيا (لسلي وايت Leslie White)، أو هي تلك الأشياء الخارجية لبيولوجيا الإنسان (Suprabiological)⁵.

و تنطلق من مسلمة مفادها أن هوية الإنسان هوية ثنائية: بيولوجية و فيزيولوجية من جهة، و رموز ثقافية من جهة أخرى. إلا أن هذا الجانب الأخير يبقى الطرف الأبرز و الأكثر حسما في تحديد هوية الإنسان، و من ثم فهم الإنسان و تحديد المؤثرات على سلوكه بسبب مركزية الرموز الثقافية في تلك الهوية. و هذا التحديد الهوياتي سيفضي (بمحمود الداودي) إلى تعريف الإنسان بكونه: كائنا رموزيا ثقافيا بالطبع⁶.

¹ - المرجع نفسه، ص 50.

² - محمود الداودي، أضواء جديدة على طبيعة الثقافة في الرؤية المعرفية الإسلامية، دار الكتب الحديث، 2007، ص 132.

³ - المرجع نفسه، ص 133.

⁴ - White, L, A, Dillingham, The concept of culture, Edina Alpha Editions, A. Division of Burgess International Group, 1974, p69.

⁵ - محمود الداودي، مرجع سبق ذكره، ص 131.

⁶ - المرجع نفسه، ص 147.

نقصد بالرموز الثقافية اللمسات الميتافيزيقية أو الجوانب المتعالية (Transcendental) للثقافة ككل معقد يشمل مؤشرات اللغة، والفكر، والعقيدة، والمعرفة/العلم، والقوانين، والقيم، والأعراف الثقافية، والأساطير و غيرها¹. و لشرح مستفيض لما يُقصد باللمسات المتعالية/الميتافيزيقية للرموز الثقافية نورد ثلاثة خصائص مميزة:

أولاً: طول أو سرمدية أمد حياة الرموز الثقافية و التي قد تصل إلى درجة الخلود.

ثانياً: تملك الرموز الثقافية قوة هائلة تشحن الأفراد و المجموعات بطاقات ماردة كبيرة تمكن أصحابها من الانتصار على أكبر التحديات بكل أصنافها المتعددة.

ثالثاً: الرموز الثقافية لا وزن و لا حجم لها كما هو الأمر في المكونات البيولوجية الفيزيولوجية للكائنات الحية و عالم المادة الجامدة. و هو ما يؤهلها للاتصاف بالأبعاد المتعالية، و يجعل عالماً مختلفاً عن كل من العناصر البيولوجية الفيزيولوجية و عالم العناصر المادية، كما يعمل من جهة أخرى على تسهيل عملية نقلها و نشرها عبر المكان و الزمان.

و كل هذه الخصائص نجدها في القيم باعتبارها الجزء المتعالي للثقافة، وبتعبير أدق إن الثقافة في شكلها الرمزي الأسمى الذي يهدف لطرح تصورات الإنسان عن نفسه وعن الآخر، يدخل فيها البعد القيمي، كأحد تجليات الحضور المعنوي الموجه للسلوك، المرتبط بالمصدر.

و من الآليات و الوسائل التي تحاول أن تسقط رموز الثقافة المتعالية و المتجسدة في القيم إلى رموز تداولية، نجد وسائل الإتصال كمتغير مؤثر ضمن العملية الاسقاطية، فالنشاط التواصلية الجاري في الفضاء السيراني، إنما هو في جزء واسع منه نشاط تديره العقلانية الأداة التي بنى أسسها النظرية (ماكس فيبر)²، فهو، في ظاهره نشاط يحقق شروط السياق التواصلية المتميز، الموصوف عند (هابرماس) بـ: "الفاعلية التواصلية"، ولكنه في واقع الأمر "فاقد للمعنى" بالمعنى الكلاسيكي للتأليف و البناء، و ذلك في مستويات جمّة، فهو لا يعدو أن يكون نشاطاً عقلياً ينحصر الاهتمام في حدوده بالأداة أكثر من التركيز على إنتاج المعنى³.

وهكذا عندما يتعلق الأمر بالتواصل، في حضور تقنية اتصالية متطورة، يكون السؤال مطروحاً باتجاه أنجع الوسائل و أكثرها فعالية في نشر المضمون و منحه أبعاداً إعلانية بالمفهوم الكانطي، بدل الاجتهاد في غزل المعاني و التنقيب عن أجودها وأكثرها بلاغة و بياناً.

¹ نفس المرجع، ص 259.

² فيليب راينو، ماكس فيبر ومفارقات العقل الحديث، تر: محمد جديدي، دار الفكر الحديث، 2011، ص 19.

³ حسن مصدق، يورغان هابرماس ومدرسة فرانكفورت: النظرية النقدية التواصلية، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2005، ص 124.

وعليه يمر التفكير في التواصل عبر التفكير في الميديا المفتوحة الحديثة للتأثير، والتي بمقتضاها تتحول الأفكار إلى قوة فاعلة في المجتمع. فالميديا المفتوحة من هذا المنظور هي الوسط الذي تتحدد فيه الأنشطة الاجتماعية سوسولوجيا وفكريا وإيديولوجيا، ويتحقق فيه التداوت كفعل يؤسس لوجود مجتمع يميز الاعتراف بالفرد وبحقه في التعبير والاختلاف.

ولكنها من جهة أخرى، نجدها أمام رهانات لتفعيل العقلانية النقدية أو الموضوعية، ويتجلى ذلك بوضوح في التدفق الهائل للإنتاج العالمي و الاتصالي، عبر شبكة الإنترنت، الجاري على وتيرة موجهة "... نحو النجاح وتحقيق الغاية المتوسلة بنشاط أداتي"¹، وهي في هذه الحالة، بعيدة من أن تحقق مشروع (هابرماس) المؤسس على الأخلاق التواصلية.

يتضح مما تقدم أن مواقع التواصل الاجتماعي كأحد معالم الفضاء السيبراني، تعكس بصورة واضحة ملامح التحديث المعقلن، القاضي بإنتاج السلطة و الإرادة العملية الفاعلة، الساعية إلى السيطرة على الظواهر الطبيعية و الاجتماعية. إنها وسيلة من الوسائل الرئيسية، العاملة على عقلنة المجتمع و استمرار توازن نظامه بطرق شتى، حتى التي تؤدي إلى التسلط، لأن غاية الاتصال المعقلن، ليس التفاهم في حد ذاته، ولا التبادل المتكافئ، إنما هي أيضا إدراك التنظيم المؤسسي للمجتمع. لذلك نرى (هابرماس) يشترط في عملية التحديث "أخلاقا تواصلية تعتمد على ما أسميه بالتداوليات الكلية حيث التبادل المتكافئ و مواجهة الحجة بالحجة و القدرة على تبرير أي ادعاء للصلاحية لأجل خلق سياق تواصلية يتيح فرص التفاهم"². المهم أن (هابرماس) يؤطر مشروعه ضمن الدعوة إلى إعادة الاعتبار لنوع من العقل العملي يسترشد بقيم تواصلية، و نلاحظ في سياق الحال أنه كلما ازداد نسق الحديث، تراجع الحوار و تقلصت دوائر التفاهم بمعنى أنه كلما تطورت تقنيات الاتصال، توارت الفاعلية التواصلية، فالعالم اليوم، يحقق من خلال تقنية اتصالية متطورة، اتصالا من دون حوار تترجمه مستويات وسائط الإعلام الجديدة على أكثر من صعيد.

هذه الزيادة التواصلية، التي وصلنا إليها اليوم في علاقتنا بوسائط الإعلام الجديدة، و الرغبة في الكشف عن مكانم حضور العقلانية النقدية أو الموضوعية في جزئها المتعالي المتعلق بالقيمة في جانبها الثقافي، هي ما جعلت منا نتناول موضوع القيم الثقافية في الطرح التواصلية بجلته الجديدة، تعطي أهمية للمعنوي على المادي، خاصة مع فئة الشباب التي تعتبر أكثر الفاعلين استخداما لها، حتى نقف على الكيفية التي تتجسد فيها هذه الرموز الثقافية في

¹ - المرجع نفسه، ص126.

² - المرجع نفسه، ص127.

معانيها المتعالية المتعلقة بالقيم في استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، بطريقة تهتم بالموضوعي دون إهمال الأداتي، ولمعالجة هذا الموضوع كنا قسمنا دراستنا إلى النقاط التالية:

➤ **الإطار المنهجي للدراسة:** وتطرقنا فيه إلى الخطوات المنهجية التي سنتبعها في اجراء الدراسة والمتعلقة أساسا ب: إشكالية الدراسة التي انتقلنا فيها من العام إلى الخاص بطريقة الكل للجزء لربط متغيرات الدراسة، تساؤلات الدراسة، أهمية الدراسة، الأسباب الذاتية والموضوعية لاختيار موضوع الدراسة، أهداف الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة، المدخل النظري للدراسة، منهج الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، ادوات الدراسة، وأخيرا الصدق والثبات.

➤ **الإطار النظري للدراسة:** وقسمناه إلى نقطتين:

أولا: القيم الثقافية..قراءة اتصالية إعلامية: وتطرقنا فيه إلى الدراسة العلمية للقيم، والثقافة بين التأصيل القيمي وضرورة الثقاف، والقيم الثقافية للمجتمع الجزائري. بعدها عرجنا لنقطة مهمة تتعلق بسلطة القيم الثقافية في التواصل، وذلك من خلال: معرفة هذه السلطة في أنواع التواصل، والفعل التواصلية ضمن التحليل القيمي الثقافي، وعملية اكتساب القيم الثقافية اتصاليا. ولمعرفة الاجتهادات الفكرية التي اهتمت بالجانب القيمي الثقافي، تطرقنا لأهم الاجتهادات في الفكرين الغربي والعربي.

ثانيا: شبكات التواصل الاجتماعي..قراءة قيمة ثقافية: وتناولنا فيه المدخل المعرفي الذي يمكننا من فهم هذه الشبكات حيث سنتعرض إلى: التشبيك الاجتماعي والاتصال الانساني، الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي من خلال التمثلات، الاستخدامات و التأثيرات، والقيم الثقافية في هذا التشبيك الاجتماعي من خلال عرض القيمة المركزية ومجالاتها مع عرض التوجيهات الثقافية والقيمة الأصلية.

➤ **الإطار التطبيقي للدراسة:** وقسمناه إلى نقطتين:

أولا: عادات وأنماط استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي، وتمثلاتهم للقيمة المركزية ومجالاتها في هذه المواقع، مع تمثيل القيمة الأصلية: حيث سنكشف على تحليل المقابلات والملاحظات الخاصة بعادات استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، وتمثلاتهم للقيمة المركزية "التواصل" والمجال الذاتي المتعلق بالهوية والحرية والخصوصية، والمجال الزماني والمكاني، وكذلك تمثلات القيمة الأصلية. وبعدها سنسرد أهم النتائج المتوصل إليها في هذا المجال، والعمل على تأكيدها أو نقدها كليا أو جزئيا من خلال التراث النظري الموجود.

ثانياً: القيم الثقافية المكتسبة من خلال الفعل الاستخداماتي: وتناولنا في نقطتين تتعلق الأولى بعرض المقابلات والملاحظات الخاصة بواقع الاكتساب مع تحليل النتائج المتوصل إليها من خلال ذلك، أما النقطة الثانية فتتعلق بقراءة قيمة ونقدية لنتائج الدراسة المتوصل إليها.

الإطار المنهجية



1. ثنائية : التفاعل والاتصال

أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال في نهاية القرن الماضي ومطلع القرن الحالي إلى إنتاج وسائل حديثة في التواصل بين الناس، عملت على إحداث تغييرات غير مسبوقة في علاقاتهم وسبل تواصلهم، فالتواصل الذي أدخلته التكنولوجيا هو تواصل غير مسبوق في تاريخ المجتمعات. فخروج الإنسان عبر التاريخ البشري لم يكن كما يرى أحد الباحثين إلا خروجاً من مكان لآخر مشابه، من جغرافيا بشرية إلى جغرافيا بشرية أخرى، من ثقافة إنسانية إلى ثقافة إنسانية أخرى، أما المجتمع الجديد الذي أوجده هذا الاتصال فهو خروج إلى مجتمع إنساني آلي خاصة مع شبكة الانترنت.¹

ورغم أن هذا النوع من الاتصال يقع في الإطار العام للتواصل الإنساني - من حيث كونه عملية اجتماعية لها مقوماتها وعناصرها وأهدافها- غير أنه يتم من خلال وسائط آلية - إلكترونية، وهكذا تبادل الأطراف المتصلة في هذا النوع من الاتصال الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق غايات معينة وإشباع حاجات عديدة.²

ويفضل هذا النوع من التواصل بدعم مبدأ التفاعلية نظير التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال، حيث أصبحت إمكانية رجع الصدى فورية وسهلة الإنجاز، وهو ما جعل العلاقة الدائرية أكثر عمقا وأكبر تعقيدا، فهي تختلف عن النموذج الدائري الذي اقترحه (لاسويل)، لأن مهمة المستقبل أصبحت لا تقتصر على إعطاء رأيه حول ما قرأ أو شاهد أو سمع فحسب، وإنما أصبح بإمكانه أيضا تقديم وتعديل وحذف وإضافة تفاصيل في المحتوى الإعلامي المنشور على مختلف الشبكات، الأمر الذي يجزنا للحديث عن ما يمكن أن نطلق عليه اسم " المستقبل النشط والفاعل المتفاعل " كمفهوم جديد للمتلقي كرسسته فلسفة التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال.³

ومن هنا، فقد ركزت العديد من البحوث والنظريات في العلوم الإنسانية والاجتماعية على التفاعل كشرط أساسي لاستكمال العملية الاتصالية، حيث ارتبط مفهوم الاتصال بمفهوم التفاعل عند عدد كبير من الباحثين على اختلاف اتجاهاتهم واهتماماتهم العلمية.

ف (تشومسكي) مثلا، يعتبر أن الاتصال هو عملية تفاعل بين طرفين لأنه لا يقف عند حد تبادل المعلومات فحتى تنجح العملية لا بد من أن يكون هنالك اتصال حقيقي بين المرسل والمستقبل، كما يجب أن تتوفر فرصة رجع

¹ - رحومة علي، علم الاجتماع الآلي: مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الانترنت، عالم المعرفة، الكويت، 2008، ص 347.

² - نوريس بيبا، الفارق الرقمي: الميثاق المدني، نقر المعلومات والانترنت الدولي، تر: هشام عبد الله، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 25.

³ - ثريا سنوسي، الشباب والاتصال التفاعلي في تونس، دراسة مقدمة في المنتدى الدولي للشباب والاتصال والميديا، تونس، 2010، ص 147.

الصدى وتبادل الآراء، يقول (تشومسكي) في هذا الإطار: "إن الرسالة التي يمكن لناشرها أن يبعثها عن طريق الكلام شفهيًا أو سمعيًا أو مرئيًا، لا بد أن تتعقبها رسالة رجوع الصدى حتى تتم عملية الاتصال بشكل كامل"¹.

هذه المكانة المهمة التي يوليها (تشومسكي) لعنصر التفاعل في إنجاح العملية الاتصالية، نجد أنها أيضا عند علماء الاجتماع في أبحاث (تشارلز كولي وجون ديوي مثلا) اللذان يعتبران الاتصال: "عملية اجتماعية تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس، وهي عملية تفاعل بين طرفين . . . وضرورة من ضروريات استمرارية الحياة الاجتماعية لتحقيق التكامل الاجتماعي"².

وقد شكل التفاعل مبدأ قاعديا بنيت عليه أسس نظريات ومقاربات كثيرة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، فقد ركزت (جورج هربرت ميد) في التفاعلية الرمزية على التفاعل الاجتماعي القائم على الرموز من خلال دراسة العملية الاتصالية، وإلى جانب أعمال (ميد) نجد المقاربة النسقية التي ظهرت منذ العشرينيات، فقد ركزت على البعد التفاعلي للاتصال، حيث وضع (ابراهيم مولز) نظريته "ايكولوجيا الاتصال" تحت مظلة (شانون) وتحليلات (نوربرت وينر)، وتعني إيكولوجيا الاتصال: "علم التفاعلات بين كائنات مختلفة داخل حقل ما، وهي عملية تتضمن فرعين أساسيين: يشكل الفرد وحدة الفرع الأول الأساسية ويهتم بصيغ التفاعل الاتصالي للفرد ضمن الفضاء الزمني، ويحيل الفرع الثاني إلى تنظيم طرائق التعاقد بين الأفراد وتفعيل الحيز العقلائي والتحكم الذهني الكوني الذي تمارسه قنوات كثيرة من خلال قوة وحضور وكثافة رسائلها وتخزين الرسائل في فضاءات الذاكرة كأرشيف المكتبات"³.

وقد تبنت مدرسة (بالو ألتو) في السبعينيات النموذج الدائري الارتدادي الذي اقترحه (وينرز)، فحاول الباحثون المتممون لهذه المدرسة تقديم نموذج مستوحى من المقاربة النسقية، فهذه المدرسة لا تعتبر فقط أن المتلقي يماثل في الأهمية دور المرسل وإنما تعتبر العملية الاتصالية "صيوروات علائقية وتفاعلية" تكون فيها المكونات أو العناصر أقل أهمية من العلاقات التي تنشأ بينها، ويصبح بذلك كل سلوك بشري يمتلك قيمة اتصالية⁴.

II. نحو فهم للمجتمعات الافتراضية. . .

هذه التكنولوجيا الجديدة وبمختلف أشكالها المادية الوسائلية التي طرحت نفسها مع خاصية التفاعلية المميزة لها في الجانب التواصلي، أظهرت فاعلين جدد في الوسط المعرفي أصبح لديهم مجتمعهم الخاص بهم، والذي تحدده مجموعة من الخصائص والمميزات والافتراضات القيمية والمجتمعية هو المجتمع الافتراضي.

¹ - ناعوم تشومسكي، السيطرة على الإعلام، تر: أميمة عبد اللطيف، مكتبة الشرق الدولية، القاهرة، 2003، ص 23.

² - هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2004، ص 30.

³ - ABRAHEM MOLES, le mur de la communication, Actes de xvème congrès de la ASPLE, VOL 2, 1975, p19.

⁴ - ثريا سنوسي، مرجع سبق ذكره، ص 151.

ولم يعد مصطلح المجتمع الافتراضي من المصطلحات التي تلفت الانتباه، فقد أصبح استخدامه شائعاً بين مختلف الفاعلين، وبرز هذا المصطلح من خلال ثورة التواصل الاجتماعي الحديثة التي أحدثتها الانترنت، وشكل هذا النوع من المجتمعات عالماً رحباً ومفتوحاً عمل على إنهاء العزلة الجغرافية التي كانت تقف عائقاً أمام التواصل بين البشر وأوجد بذلك ثقافة جديدة لها قيمها الخاصة وسلوكياتها ومفاهيمها التي بدأت تفرض نفسها على المجتمع الواقعي¹.

ويعد (هاورد رينجولد)، من أوائل المهتمين بدراسة هذا النوع من المجتمعات، حيث قام بدراسات مستفيضة لتحليل خصائصها ومقوماتها وطرق تشكلها والاشباع المحققة للمشاركين فيها، وهذه المجتمعات كما يرى (رينجولد) في كتابه الموسوم "الجماعات الافتراضية": "هي تجمعات اجتماعية تشكلت من خلال الانترنت من أفراد يقطنون في أماكن متفرقة في أنحاء العالم، يتواصلون مع بعضهم عبر شاشات الكومبيوتر والبريد الإلكتروني ويتبادلون المعارف والهوايات، وتجمع بينهم اهتمامات مشتركة، ويحدث بينهم ما يحدث في العالم الواقعي أو الفعلي من تفاعلات ولكنها ليست وجهاً لوجه، وهي من هذا المنطلق تجمعات مفتوحة لكل من يريد المشاركة في نشاطاتها"².

ويتضح لنا هذا المفهوم بشكل أوضح من خلال التعريفات الآتية التي يقدمها بعض الباحثين لهذا النوع من المجتمعات:

➤ تجمعات اجتماعية تجمع بين أصحاب الاهتمامات المشتركة وأهل التخصص الواحد وأصحاب الرأي وجماعات السمر والدرشة وتبادل الآراء والنوادر، ويمكن لأي عضو في هذه الجماعة أن يث حديثه لجميع أعضائها دون استثناء أو يختص فريقاً منهم، ويمكن للعضو أن يقدم نفسه تحت أسماء مستعارة، ويمكن ان يتنكر العضو في شخصيات متعددة³.

➤ تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني⁴.

➤ تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت، تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي⁵.

¹ - حلمي ساري، التواصل الاجتماعي، ط 1، كنوز المعرفة، الأردن، 2006، ص 134.

² - RHEINGOLD, H, THE VIRTUAL COMMUNITY : homesteading on the electronic frontier , reading , M : addison , wesley , 2003 , p 58.

³ - علي نبيل، الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، عالم المعرفة، العدد: 256، 2001، ص 83.

⁴ - زايد أحمد وآخرون، رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، جامعة القاهرة، 2006، ص 23.

⁵ - حمادة بسيوني، حرية الاعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة مع إشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، جامعة القاهرة، 2001، ص 26.

والتأمل للتعريفات السابقة يرى بجلاء خصائص المجتمع الافتراضي والتي تنعكس على كل الأشكال المختلفة له والفضاءات الرمزية التي تجسده.

ويعر بناء المجتمع الافتراضي بمراحل عديدة أهمها:¹

1. تحديد الأفراد المشاركين في هذا المجتمع: أي تحديد جنسهم وفئاتهم وأعمارهم وطبقاتهم الاجتماعية وخلفياتهم العلمية وهواياتهم وعقيدتهم. . . - مع ضرورة الإشارة إلى وجود هامش كبير لعدم المصادقية في ذلك - .

2. تحديد الأهداف: أي تحديد الغايات التي يسعى هؤلاء الأفراد لتحقيقها سواء كانت ثقافية أو اجتماعية أو سياسية أو ترفيهية. . .

3. المشاركة النشطة للأفراد في نشاطات هذا المجتمع: فالجميع يعمل والجميع يساهم في النشاطات التي يجتمعون حولها في المجتمع الافتراضي.

4. التعبئة: ينغمس المشتركون في المجتمع الافتراضي بتحقيق أهدافهم ويشاركون سوية في نشاطاته، ويعملون على استقطاب فاعلين جدد لمجتمعهم. . .

5. زيادة عدد النشاطات التي يمارسها أفراد المجتمع وذلك من خلال عرض صور والرسوم والتعليقات...

6. التمثيل التنظيمي: أي أن يصبح لأفراد هذا المجتمع تنظيم محدد ومنظم وحضور قوي في المناسبات المختلفة.

ويرتبط المجال العام الافتراضي بالانترنت ارتباطا وثيقا، إذ يعد هذا المجال فرصة أمام الأفراد ليتبادلوا الأفكار والمعلومات والهوايات والاهتمامات المشتركة، وليكون مجالا للتعبير الحر عن آرائهم التي لا يستطيعون البوح بها أو التعبير عنها في مجتمعاتهم الواقعية. ففي هذا المجال يشكل المشاركون فيه ثقافة من نوع خاص تسمى "ثقافة المجال الافتراضي"²، وهي ثقافة لها قيمها وعاداتها ولغتها وسلوكها الذي يميزها عن الثقافة الواقعية، وهو بذلك يتميز بمجموعة من المقومات يمكن أن نوجزها على النحو التالي:³

1. المعرفة التي يمتلكها الأفراد المشتركون في الفضاء الرمزي: لا تقتصر المعرفة في هذا الفضاء على الجانب العلمي والثقافي فحسب، بل على معرفة الطرق التي تمكن الأفراد المشاركين من الدخول إلى هذا العالم والنفوذ إليه واكتساب آليات التعامل معه أيضا.

¹ - HAJI ,S , Building successful online communities , In hart greenfiled , johnston , EDS , nonprofit internet strategies : best practices , 2005 , p 91.

² - حلمي ساري، مرجع سبق ذكره، ص 140.

³ - زكي وليد، المشاركة عبر المجتمع الافتراضي، مجلة الديمقراطية، العدد 20 ، القاهرة، أكتوبر 2010، ص53.

2. الشعور بالتميز والوحدة: يشعر الأفراد المشتركون في المجتمع الافتراضي بأنهم يشكلون جماعة خاصة مميزة، لها اهتماماتها وأهدافها المشتركة التي يعملون من أجل تحقيقها.
3. المشاركة القائمة على تجانس الاهتمامات: يجمع الأفراد في المجال الافتراضي اهتمامات ودوافع وهوايات متشابهة إلى حد كبير يصل حد التجانس، ففوة المعرفة التي بحوزة الأفراد المشتركين في المجتمع الافتراضي وإحساسهم ببعضهم كجماعة مميزة تشترك باهتمامات متشابهة هما اللذان يدفعان بهم إلى المشاركة في النشاطات وإلى تحقيق الأهداف التي اجتمعوا من أجلها في هذا المجال.

ويؤكد (وارن مايس) أيضا، على هذه المقومات وبشكل خاص على الشعور الذي يشعر به الأفراد المشاركون في هذا الفضاء، حيث يسود بين هؤلاء الأفراد شعور عام بأنهم يشكلون جماعة خاصة تغلب مصالحها الجمعية على مصالحها الذاتية، ويرى(مايس) في هذا المجال فضاءا طبيعيا يحدث داخله تفاعل عام تترك فيه الناس مصالحها الخاصة وتنشغل بالقضايا ذات الطابع الاجتماعي العام¹.

وتظهر المشاركة في المجال العام الافتراضي في ثلاثة مجالات هي²:

1. المعرفة: فالمجال العام الافتراضي يقوم بالدرجة الأولى على المعرفة التي يملكها الأفراد في الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. . . من جهة، وعلى الإلمام والتمكن من سبل النفاذ إلى المجال الافتراضي ليتمكن من المشاركة في نشاطات الجماعة المكونة لهذا المجال من جهة أخرى، وقد تكون هذه المشاركة دائمة ومستمرة في المجالات السابقة أو متقطعة لاعتبارات عديدة، يتعلق بعضها بالفرد ويتعلق بعضها الآخر بطبيعة الموضوعات التي يشارك فيها هذا الفرد.
2. الفعل: يشكل الجانب الثاني المكمل للمعرفة، والمقصود به هنا هو النشاط الذي يقوم به الشخص المتفاعل مع الجماعة المكونة للمجال العام الافتراضي والذي يمتلك المعرفة ولديه القدرة على الدخول إلى مواقع التفاعلات من أجل الإسهام في النشاطات المتاحة في هذا المجال.
3. التفاعل: هو تبادل المعلومات والمعارف بين المشتركين في المجال العام الافتراضي، وقد يكون هذا التفاعل بين عدد منهم، وقد يمتد إلى جماعات محددة مع الأخذ بعين الاعتبار أن تفاعلات المجال العام الافتراضي تقوم بالأساس على مشاركة الاهتمامات المتجانسة بين الأعضاء.

¹ - المرجع نفسه، ص 54.

² - المرجع نفسه، ص ص 55-56.

وقد عقد الباحثان في الفضاءات التقليدية والفضاءات الافتراضية (جراهام ومارفن) المقارنات التالية لتبيين خصائص كل شكل من أشكال هذين الفضاءين¹:

1. الفضاء التقليدي فضاء حقيقي واما الفضاء الافتراضي فهو فضاء غير حقيقي، بل تخيلي.
2. يتميز الفضاء التقليدي بوجود الأماكن والمدن والمؤسسات الطبيعية التي يوجد فيها الأفراد، في حين ينتشر الفضاء الافتراضي في الشبكات الالكترونية التي يتم انشاؤها باستخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.
3. الفضاء التقليدي فضاء ملموس، وأما الفضاء الافتراضي فهو غير محسوس.
4. يشكل الفضاء التقليدي جزءا من الواقع التقليدي، وأما الفضاء الافتراضي فلا يوجد مع الواقع التقليدي بل يوجد موازيا له.

ورغم هذه الفروق التي توحى بوجود اختلافات بين هذين الفضائين إلا أن الحقيقة هي أن هذه الفروقات لا تشكل قطيعة معرفية بينهما، وفي هذا الصدد يرى الباحث (وليم باري) ومجموعة من الباحثين الذين يشاركونه رؤيته، بان الطبيعة غير المادية للفضاءات الرمزية الافتراضية لا تنفي عنها الصبغة الاجتماعية بصفة كلية، فقد تتطور العلاقات بين الأفراد والمؤسسات والجماعات التي يتم إنشاؤها افتراضيا للتحويل في الواقع الفعلي، والفضاء الافتراضي لا يفرض نفسه مقابلا للفضاء التقليدي أو بديلا عنه، بل هو فضاء منافس له، فهناك قدر كبير من العلاقات التفاعلية المستمرة بين الواقعي والافتراضي، وتوضح مثل هذه العلاقة التفاعلية في نقل الخبرة أو العلاقة من المستوى الافتراضي إلى المستوى الواقعي، والتأثر بما يحدث في داخل الواقع ونقله إلى المستوى الافتراضي، وفي التفاعل التبادلي أيضا بين الواقعي والافتراضي².

III. الرأسمال الاجتماعي الافتراضي. . .

لقد كان من تجليات حضور التفاعل في المجتمعات الافتراضية ظهور مفهوم جديد فرضته التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيات المتعلقة بالتشبيك الاجتماعي من جهة، وكذلك نتيجة الاستخدام الواسع لهذه الفضاءات التشبيكية من جهة أخرى، وهو مفهوم الرأسمال الاجتماعي الافتراضي، إذ يعد هذا المفهوم من أكثر المفاهيم التي جذبت اهتمام العاملين في العلوم الانسانية والاجتماعية، على الرغم من أن الرأسمال الاجتماعي كمفهوم اجتماعي موجود في التراث السوسيولوجي منذ القرن 19م³، حيث تم استخدامه في تلك الفترة ليؤكد على المردود الايجابي

¹ - حجازي إسلام، الثقافة الافتراضية وتحولات المجال العام السياسي : ظاهرة الفيس بوك في مصر أنموذجا، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، القاهرة، 2009، ص 73.

² - المرجع نفسه، ص 74.

³ - أبو زاهر نادية، رأس المال الاجتماعي والجدل حول علاقته بالمجتمع المدني، الحوار المتمدن، العدد 2242، محور المجتمع المدني، 2008، ص 22.

والفائدة الكبيرة التي تعود على الأفراد وعلى المجتمع المحلي جراء انخراطهم في الجماعات الاجتماعية ومشاركتهم في نشاطاتها، ونستطيع ان نلمس مثل هذا التأكيد عند (إميل دور كايم)، حيث يرى أن الحياة في إطار الجماعة تعد حصنا منيعا للفرد في مواجهة الاغتراب أو "اللامعيارية" أو انعدام القيم والضياع، كما يمكن تلمسه أيضا في التمييز الذي عقده (كارل ماركس) بين مفهوم "الطبقة في ذاتها" و"الطبقة لذاتها" فالأولى عنده هي طبقة مفتتة لا رابط بينها والثانية طبقة مؤثرة وحاشدة لأعضائها¹.

وقد توسعت مجالات استخدام هذا المفهوم بدخول الانترنت؛ فلم يعد مقتصرًا على مشاركات الأفراد في المجتمعات الحقيقية أو الواقعية بل تعداها إلى مشاركتهم في المجتمعات الافتراضية - التحيلية، إذ أصبح الاستخدام الجديد يتمحور حول قدرة الأفراد على العمل معا داخل شبكات العلاقات المشتركة.

ولقد أثار رأس المال الاجتماعي بمفهومه الافتراضي تساؤلات عديدة لدى الباحثين حول قدرة الانترنت في تشكيل مثل هذا النوع من الرأسمال، ولعل أكثر الأسئلة جدية في هذا الخصوص تلك التي أثارها كل من (آجرين) و(بلانشر وهوزان) وهي²:

- هل تسهم المشاركة في المجتمعات الافتراضية التي أوجدها الانترنت في تكوين رأس مال اجتماعي لأعضائها؟
- ما خصائص هذا النوع الجديد من رأس المال الاجتماعي؟
- كيف يمكن قياس رأس المال الاجتماعي الافتراضي مقارنة بقياس رأس المال الاجتماعي الحقيقي؟

وبنظرة تاريخية للمفهوم، فإنه اشتق من مفهوم رأس المال، وكانت الوجهة الأولى لهذا المفهوم وجهة اقتصادية هي وجهة نظر (كارل ماركس)، غير أن المفهوم اتسع ليشمل أشكالًا أخرى من الرأسمال "اجتماعي، ثقافي.. .." ورغم أن أول استخدام لمفهوم الرأسمال الاجتماعي يعود إلى (هانيفان) في عام 1916، الذي استخدمه ليشير إلى تلك القوة الاجتماعية الكامنة التي تكفي لتحسين ظروف المعيشة التي يمكن ان يستفيد منها أفراد الجماعة³ والتي تنشأ من التعاون بين أفراد الجماعة غير أن شيوعه وانتشاره بشكل واسع، وعدد يعزى إلى عالم الاجتماع الفرنسي (بيير بورديو) وإلى (جيمس كولمان) و(روبرت بونتام)، وسنقوم بتوضيح كل واحد منهم لهذا المفهوم:

¹ - إنجلترا ديفيد وهوسون جون، مدخل إلى سوسولوجيا الثقافة، تر: لما نصير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2013، ص 27.

² - زكي وليد، مرجع سبق ذكره، ص 57.

³ - المرجع نفسه، ص 58.

1. رأس المال الاجتماعي عند (بورديو):

يعد (بورديو) 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"، لقد أعاد (بورديو) اكتشاف مفهوم الرأس المال الاجتماعي، وساهم في تأسيس نظرية سوسولوجية حوله، وكشف عن أهمية شبكة العلاقات الاجتماعية في ارتفاع الفرد والطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها من الموارد الاجتماعية المادية والرمزية¹. وفي سياق توصيفه لأنواع المختلفة من رأس المال يذكر (بورديو) ثلاثة أنواع خلاف رأس المال الاقتصادي، هي:

➤ رأس المال الثقافي: ويتكون هذا النوع من رأس المال مما يمنحه التعليم والتدريب من مهارات ومعرفة وامتيازات وتوقعات ومكانة اجتماعية، إذ لم ينظر (بورديو) للمدارس والجامعات باعتبارها مواقع لتوزيع رأس المال الثقافي، بل هي مواقع لمنح شرعية لرأس المال الثقافي للطبقتين الوسطى والعلوية، وانبثق هذا النوع من الرأس المال عنده بصورة أولية عندما كان يبحث في تفسيرات الانجاز المدرسي غير المتكافئ للأطفال الذين ينحدرون من أسر متفاوتة في درجات تعليمها رغم أنها متشابهة في أصولها الاجتماعية، وقد أوصلته دراساته في هذا الموضوع إلى أن النجاح أو الفشل المدرسي إنما يعزى إلى مقدار كمية رأس المال الثقافي الموروث من الوسط العائلي وليس عن طريق الانجاز الفردي أو الموهبة، ويوجد رأس المال الثقافي في صور متعددة، فقد يكون مجموعة من القدرات والخصائص الدائمة المتمثلة داخل الفرد كالمعرفة والمهارات المختلفة، وقد يتمثل في السلع الثقافية كالكتب واللوحات الفنية ويتمثل ذلك في الألقاب والشهادات العلمية².

➤ رأس المال الرمزي: هو مجموع الموارد المتاحة للفرد نتيجة امتلاكه سمات محددة، كالهيبية والسمعة الطيبة والسيارة الحسنة التي يتم إدراكها وتقييمها من جانب أفراد المجتمع، ويعد الرأس المال الرمزي مصدرا للسلطة، حيث يمنح صاحبه مكانة اجتماعية في الجماعة التي ينتمي إليها³.

➤ رأس المال الاجتماعي: هو مجموع الموارد الواقعية أو المحتملة التي يتم الحصول عليها من خلال 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 الجماعي⁴.

¹ -SWARTIZ.D , culture and power : the sociology of peire bourdieu , rhiago , 1997 , p16.

² - أنجلز، ديفيد هوسون جو، مرجع سبق ذكره، ص29.

³ - SWARTIZ.D , IBID , P17.

⁴ - حجازي إسلام، مرجع سبق ذكره، ص77.

إن نظرية (بورديو) في رأس المال الاجتماعي تتعامل في الواقع معه باعتباره رصيدا اجتماعيا من العلاقات والرموز يتفاعل مع الرصيد الذي يملكه الفرد من الرأسمال المادي؛ فالفرد عندما ينشئ شبكات اجتماعية أو ينضم إلى أحزاب سياسية أو يستخدم ما لديه من رموز المكانة في ممارسات اجتماعية فإنما يكون لنفسه رصيدا اجتماعيا وثقافيا يزيد من مصالحه ومن رصيده من القوة والهيبية¹.

2. رأس المال الاجتماعي عند (كولمان):

تطور مفهوم الرأس المال الاجتماعي بعد (بورديو) بشكل واضح في أعمال عالم اجتماع آخر هو (كولمان)، حيث يرى أن الرأسمال الاجتماعي لا يوجد في الأفراد ولا في الواقع المادي وإنما يوجد في العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، ويتشكل من الالتزامات والتوقعات ومن إمكانية الحصول على المعلومات والمنافع والفوائد².

ويستخدم (كولمان) مفهوم الرأس مال الاجتماعي ليشير به إلى مجال قلما تنبه إليه الآخرون، العلاقات الموجودة بين الأفراد في إطار الأسرة والمجتمع المحلي، إذ يعتقد أن العلاقات داخل الأسرة تمارس تأثيرا قويا على مستويات التحصيل الدراسي عند أبنائها. وفي هذا المجال يرى أن رأس المال الاجتماعي الخاص ينمو لدى شخصية شاب من الشباب داخل أسرة ما على سبيل المثال، يتمثل في العلاقات الاجتماعية الحقيقية بين الوالدين من جهة، وفي علاقات الوالدين بمؤسسات المجتمع المحلي من جهة ثانية³.

ويرى (كولمان) أن هناك نوعين من شبكات العلاقات الاجتماعية⁴:

- الشبكات "المغلقة" أو المتينة داخل المجتمعات المحلية وداخل الجماعات الصغيرة: وينجم عن هذا النوع من الشبكات أداء وظيفيا ناجحا للأفراد الذين ينضون داخلها.
- الشبكات "المفتوحة" أو الضعيفة: وهي تلك الشبكات الناجمة عن غياب التفاعل بين الوالدين وأطفالهم من جهة، وبين الوالدين وبقية الكبار في المجتمع المحلي من جهة أخرى، لذا تقلل الشبكات الرخوة أو الضعيفة برأيه، من احتمالات تكوين الرأس مال الاجتماعي بين الأطفال، وتزيد من احتمالات السلوك المنحرف.

¹ - زايد أحمد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص28.

² - خميس هاني، رأس المال الاجتماعي، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، القاهرة، 2008، ص51.

³ - عبد العظيم حسني، رأس المال الاجتماعي، الحوار المتمدن، العدد: 3871، 2012، ص87.

⁴ - المرجع نفسه، ص88.

3. رأس المال الاجتماعي عند (بوتنام):

لا يكتمل الحديث عن رأس المال الاجتماعي دون استعراض لأفكار الباحث (بوتنام)، فلقد أحدثت رؤية (بوتنام) للرأس المال الاجتماعي تحولا كبيرا في فهم هذا النوع من الرأس المال، بحيث لم يعد التركيز منصبا على وجود علاقات السلطة واللامساواة الناتجة عن تباين الأفراد فيما يملكونه من رأس المال بأنواعه المختلفة، وإنما أضحى التركيز منصبا على القيم الاجتماعية الأساسية والمهمة في حياة الناس وفي مقدمتها: الثقة بالآخرين، والتسامح، والتبادل القائم على الانتماء المشترك¹.

ففي كتابه المنشور عام 1993 "جعل الديمقراطية تنجح"، يحدد (بوتنام) بشكل دقيق مفهوم رأس المال الاجتماعي، فهو برأيه شبكة من العلاقات الاجتماعية التي تتضمن قيمة كبيرة للأفراد الذي تتشكل منهم هذه الشبكة، وهذه العلاقات تشبه رأس المال البشري والطبيعي في تأثيرها على إنتاجية الأفراد والجماعات، فرأس المال الطبيعي 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 المجتمع².

وفي سياق تحليله لرأس المال الاجتماعي، نجد أنه يفرق بين شكلين من أشكاله، يترتب عن كل شكل منهما صورة ما من المنافع التي يمكن أن يحصل عليها الفرد. وهذان الشكلان هما³:

- رأس المال الاجتماعي الترابطي: وهو رأس مال موجه إلى داخل الجماعة من أجل الربط بين أفرادها الذين هم في الأصل متشابهون ومتجانسون كما في التنظيمات الدينية والإثنية، ويرى (بوتنام) أن وظيفة الرأس مال الاجتماعي الترابطي هي العمل على تأكيد هوية هؤلاء الأفراد وتدعيم التجانس والتضامن والترابط بينهم.
- رأس المال الاجتماعي التحسيري: يتصف هذا النوع من رأس المال بأنه موجه إلى خارج الجماعة، لذا نجد العلاقات السائدة بين الأفراد أقل حميمية من تلك السائدة بين أعضاء جماعة رأس المال الترابطي، ويربط رأس المال التحسيري بين الطبقات الاجتماعية المختلفة، ويتمثل هذا النوع من الرأس مال في علاقات العمل وعلاقات المعارف وأصدقاء الأصدقاء وفي الحركات المدنية بشكل عام.

¹ - حلمي ساري، مرجع سبق ذكره، ص 149.

² - المرجع نفسه، ص 149.

³ - عبد العظيم حسني، مرجع سبق ذكره، ص 89.

➤ رأس المال الاجتماعي الافتراضي: المجالات الرئيسية

وبالعودة إلى الأسئلة التي تم طرحها سابقا والمتعلقة بمدى قدرة الانترنت على تشكيل رأس المال الاجتماعي من خلال مشاركة الأفراد في الفضاءات الافتراضية والمعايير التي يكوّنها المشتركون في هذا المجال، والمجالات التي يظهر فيها هذا النوع من رأس المال يرى عدد كبير من الباحثين أن للانترنت قدرة في ذلك يمكن أن نراها في المجالات التالية:

1. الثقة: أينما وجدت الثقة وجد التبادل كما يقول (بوتنام)، 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 (بوتنام) الثقة المقوم الأساس الذي يستمد منه رأس المال الاجتماعي الافتراضي قوته، فالجماعة التي يكون أعضاؤها جديرين بالثقة هي جماعة أكثر قدرة على الانجاز كما يقول، مقارنة بالجماعات الأخرى التي تفتقد إلى هذا المقوم من مقومات رأس المال الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية. ويؤكد المفكر (فوكوياما) على أهمية الثقة أيضا باعتبارهم أهم القيم السائدة في مجتمعات الحداثة، حيث يربط بينها وبين رفاة أي مجتمع، إذ يرى أن قدرة أي مجتمع في التنافس تتوقف على مستوى الثقة الموجودة داخله والتي تتلازم مع رصيده من رأس المال الاجتماعي. ويذهب (فوكوياما) ليؤكد على الصلة العميقة بين رأس المال الاجتماعي والثقة: "إن رأس المال الاجتماعي هو قدرة تنشأ من خلال انتشار الثقة وما يرتبط بها من قيم داخل المجتمع أو في أجزاء معينة منه"¹.

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 فيما 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 والتزامات ظاهرة دون وجود ثقة بين المشاركين في هذا النوع من المجتمعات².

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 الباحثين في علم الاجتماع التبادلي 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

¹ - Fukuyama Francis, Social Capital And Civil Society, international monetary fund, october 1, 2012, p 23.

² - زكي وليد، مرجع سبق ذكره، ص 60.

يشكلون مجتمعا افتراضيا، هو مجتمع " النحن " وإحساسهم بهذا المجتمع هو أحد أهم المحددات لتكوين رأس المال الاجتماعي لهؤلاء الأفراد¹.

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 العضلات 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 يجوزهم والعمل على توظيفها في علاقاتهم الاجتماعية في واقعهم اليومي هو أهم الفوائد التي يجنيها هؤلاء المشاركين من مشاركتهم في الفضاء الرمزي. فهذا الفضاء هو بمثابة رأس مال اجتماعي لهم، وأما فيما يتعلق بالمعايير التي يجنيها المشاركون في هذا الفضاء الافتراضي فقد توصل (آجرين) في الدراسة نفسها إلى مجموعة من المعايير والقواعد التي يلتزم بها الصحفيون تؤدي إلى زيادة رأس المال الاجتماعي لديهم².

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 تشكل شبكات العلاقات الاجتماعية المتباينة عبر الانترنت بما يسهم في تشكيل رأس المال الاجتماعي³.

4. الدعم والمساعدة: المقصود بالدعم هنا هو تلك المؤازرة والمساعدة التي يتلقاها المشترك من خلال امتلاكه شبكة من العلاقات الاجتماعية عبر تفاعلاته في المجتمع الافتراضي، حيث يستمد رأس المال الاجتماعي الافتراضي قوته في أكثر من مكان من تلك الشبكة من العلاقات الاجتماعية التي تتم في رحاب الانترنت، والتي تقوم على المصالح المتجانسة، إذ يمكن الاستفادة من هذا التجانس في تحقيق مصالح متبادلة بين الأعضاء من ذوي الاهتمامات الواحدة⁴.

وفي ضوء ما سبق يمكن القول بان مفهوم رأس المال الاجتماعي في العالم الافتراضي يتفق إلى حد بعيد مع المفهوم الذي يتصف به في العالم الحقيقي الذي تحدث عنه الباحثون الثلاثة. غير أن الاختلاف الجوهرى بين الرأس المال الواقعي والرأس المال الافتراضي يكمن في تلك التفاعلات التي تتم بين الأفراد المشتركين في الواقع الافتراضي، إذ

¹ - المرجع نفسه، ص 63.

² - المرجع نفسه، ص 65.

³ - حلمي ساري، مرجع سبق ذكره، ص 154.

⁴ - المرجع نفسه، ص 155.

يستمد رأس المال الاجتماعي الافتراضي قوته من التفاعلات ومن تلك العلاقات التي يقيمها الفرد أو المؤسسات عبر الانترنت مع الآخرين. وهذه العلاقات التفاعلية والعلاقات الافتراضية هي التي تؤسس لرأس مال اجتماعي افتراضي.

IV. معادلة الرأسمال الافتراضي : الاجتماعي والقيمي والثقافي

للقيم أهمية بالغة في حياة الأمم والشعوب ، فالمجتمع الإنساني مجتمع محكوم بمنظومة معايير تحدد طبيعة علاقة أفراد بعضهم ببعض في مجالات الحياة المختلفة ، كما تضع القيم مجموعة المعايير التي يتعامل بها المجتمع مع غيره من المجتمعات الإنسانية ، وتشكل هذه المعايير مجموعها قيما محددة تسعى المجتمعات إلى تعزيزها عند أفرادها وصيغ حياتهم بصيغتها ثم نقلها إلى غيرها من المجتمعات.

وتشهد الحقيقة التاريخية أن قوة المجتمعات وضعفها لا يتحدد بالمعايير المادية وحدها، بل إن بقاءها ووجودها واستمراريتها مرهون بما تمتلكه من معايير قيمية وخلقية ، فهي الأسس والموجهات السلوكية التي يبنى عليها تقدم المجتمعات ورفيها ، والتي في إطارها يتم تحديد المسارات الحضارية والإنسانية ورسم معالم التطور والتمدن البشري ومن هنا فإن القيم تحفظ للمجتمع هويته وتميزه ، ذلك أن القيم تشكل محورا رئيسا من ثقافة المجتمع، وهي الشكل الظاهر من هذه الثقافة التي تعكس أنماط السلوك الإنساني الممارس فيه، ونظرا لتغلغل القيم في جوانب الحياة كافة فإن هوية المجتمع تتشكل وفقا للمنظومة القيمية السائدة في تفاعلات أفرادها الاجتماعية، فالمجتمعات تتميز وتختلف عن بعضها البعض بما تتبناه من أصول ثقافية ومعايير قيمية تشمل نواحي الحياة المختلفة ، وتظهر القيم كعلامات فارقة وشواهد واضحة، لتمييز المجتمعات عن بعضها، ومن هنا فإن الحفاظ على هوية المجتمع تنبع من المحافظة على معاييره القيمية المتأصلة لدى أفرادها، والتي هي جزء من عمومياته الثقافية ، فإن زعزعت هذه القيم أو اضمحلت فإن ذلك يكون مؤشرا دالا على ضعف الهوية المميزة للمجتمع وضياعها.

وفي ذات السياق، نرى اجتهادات الدكتور عبد الرحمن عززي في طرحه للرأسمال الرمزي الجديد أداة في مقارنة العمل الإعلامي بصفة عامة¹، و قد تم استنباط هذه الأداة من نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ، فتم إدراج الرأسمال القيمي بوصفه الجزء الذي دونه تصعب قراءة الرأسمال الرمزي ، و قد استعان بتقدميات (بيار بورديو) في ربط الرأسمال الثقافي بالرأسمال الاقتصادي و علاقة هذه الأطراف بالبعد الاجتماعي على اعتبار أن الرمزي جزء من الثقافي².

¹ - Abderrahmane azzi,development : ethical competence in the information age , Islamic studies , vol 7,no 1,1998.p21.

² - عبد الرحمن عززي ، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز ، ط01 ، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان ، 2003 ، ص 149 .

وإجمالاً، فيمكننا القول بأن الرأسمال القيمي يتعلق بقيم المجتمع و معانيه الثقافية التي تشكل هويته و انتماءه إلى بيئة حضارية ذات أبعاد إنسانية عالمية، و ينتمي الرأسمال القيمي إلى مجال التدافع الذي يتضمن الحراك الاجتماعي التاريخي في العلاقة القيمية و التضاد بين الخير و الشر على مستوى القول الرمزي أو الفعل السلوك الفردي و الاجتماعي، ونظرياً يكون الرأسمال القيمي المرجع في أداء كل من الرأسمال الاجتماعي و الثقافي فالتربط بين العناصر الثلاثة المكونة للرأسمال في الوسط الافتراضي، أساس البناء التفاعلي الصحيح والسليم، و يؤدي التمزق في العلاقة بين هذه العناصر في التجربة الافتراضية لدى المستخدم ، الذي قد يعود إلى عوامل تاريخية و أخرى سياسية ودولية في إحداث هذا الشرخ، إلى جعل الرأسمال الافتراضي يتحرك بدون مرجعية، ليتحول بذلك إلى مجال له حياة خاصة به دون أن يكون له إسهام حضاري يمكن أن يتجسد واقعياً، و يعمل هذا الإهمال للرأسمال القيمي إلى الدفع بالفرد و المجتمع إلى هامش الحضارة و الإنتاج و الاكتفاء بدور المستهلك لمنتجات الآخر في الثقافة أو الماديات على النحو الذي يبينه (مالك بن نبي) عندما أشار إلى أن الحضارة لا تقوم بتكديس منتجات الآخرين بل بإنتاج احتياجاتها في شتى المجالات. و إذا كان هناك فائض في الرأسمال الافتراضي من خلال عدد و حجم الحسابات المستخدمة لهذه الفضاءات الافتراضية من خلال النظر لهذا الرأسمال بنظرة كمية، فإنه ينبغي أن تتجسد فيه المعالم الاجتماعية و القيمية و الثقافية، و إذا اختلت أحد عناصر هذه المعادلة الرمزية في بناء هذا الرأسمال الافتراضي، سنجد أنفسنا حتماً أمام فضاء الرمزي لا يقوى على مواجهة تحديات هذه المرحلة التاريخية و تطلعات الأمة في مجال البناء القيمي و العمراني للحضارة¹.

V. شبكات التواصل الاجتماعي والرأسمال الجديد:

لقد ظهرت معالم التحولات المجتمعية الافتراضية الرمزية التي فرضتها التكنولوجيات الحديثة (شبكة الانترنت خاصة)، و تعددت فضاءاتها الرمزية في مختلف المواقع والمساحات الاجتماعية، لتصبح بذلك فضاء نشطاً لنشاطات الرأسمال الافتراضي الذي تحدده القيمة في صيرورته التفاعلية والتقاربية بين مختلف الفاعلين في هذا الوسط الافتراضي.

ولعل أهم هذه الفضاءات التي يتجسد فيها المجتمع الافتراضي شبكات التواصل الاجتماعي، و التي تعتمد على الاتصال بين مجموعة من الأفراد لهم نفس الميول والاهتمامات، لذلك تعرف بأنها: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول والهوايات، أو جمعه مع أصدقائه"²

¹ - المرجع نفسه، ص 151.

² - فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، العدد: 79، مجلة الجامعة، المملكة العربية السعودية، 2014، ص 195.

وفيما يتعلق بالتغير في القيم ومدلولاتها لدى الشباب الجامعي كمثل على مستخدمي هذه الشبكات، فقد تبين في الدراسة التي أجراها (خليفة) بعنوان: "التغير في نسق القيم لدى الشباب الجامعي مظاهره وأسبابه"، أن هناك كثيرا من القيم والاتجاهات السلبية التي انتشرت بين الشباب الجامعي من أهمها: الاختلاط الجنسي، التدخين، والاهتمام الزائد بالموضة . . . وهي تكشف بذلك عن خلل واضح في منظومة القيم، حيث حدث نوع من التخلي عن العديد من القيم الايجابية وتبني بعض القيم السلبية¹.

لذلك يمكن أن تسهم القيم في التحكم في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي سواء بالإقبال على استخدام هذه الشبكات أو رفض استخدامها، فالقيم من هذا المنطلق يمكن أن تسهم في وقاية الفرد من مخاطر الاتصال والاستفادة من منجزات التقنية الحديثة في تقليل نفقات التواصل مع الآخرين والاطمئنان عليهم، وكذلك يترتب على تدني مستويات القيم ارتكاب سلوكيات سلبية بسبب غياب النسق القيمي المتوازن الذي يعمل كقريب ذاتي على الاتجاهات والسلوكيات ما يسهم في مخاطر متنوعة نتيجة التواصل السلبي الذي يتيح الفرص لتحديد القيمة.

ولقد أشارت دراسة (عبد السلام) إلى وجود تأثير سلبي وإيجابي لشبكة الانترنت التي يعد التويتر أهم أدواتها، حيث ذكر أن الاتصال عبر الانترنت يعمل على توسيع شبكة علاقات الفرد الاجتماعية مع الآخرين على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، بصرف النظر عن خلفياتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية و... ويتيح للأفراد فرصة تقديم أنفسهم للآخرين بجرية كبيرة ودون قيود، ويلاحظ من خلال مشاهدة الأنماط السلوكية الاجتماعية على أرض الواقع أن هناك زيادة مستمرة وإقبالا مرتفعا لأعداد الناس، ومن مختلف الفئات والشرائح الاجتماعية، الأمر الذي يؤدي إلى التأثير على سلوكهم وعلاقاتهم الاجتماعية، وطرق التفكير في التعامل مع متغيرات الحياة، الذي من شأنه تعزيز القيم الفردية بدلا من القيم الاجتماعية وقيم العمل الجماعي المشترك الذي يمثل عنصرا مهما في ثقافة المجتمع².

ويعتبر الحديث عن موضوع القيم في شبكات التواصل الاجتماعي أمرا محفوفًا بالمخاطر، فليس من السهل رصد تحديات القيم في هذا المجال. وفي الغالب سيعترض الكثيرون على هذا الطرح وهذا راجع إلى أنهم حينما يصوغون اعتراضهم هذا ذهنيا، فإنهم يستحضرون بلا شك المحاذير الأخلاقية المرتبطة أساسا بمحتويات شبكات التواصل الاجتماعي، فهل تنحصر تحديات القيم في شبكات التواصل الاجتماعي فقط في المحتويات المنافية للأخلاق؟ أم أن الأمر أعقد مما نتصور؟. في واقع الأمر، يعد التفكير في مسألة تحديات القيم المرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي تحديا في حد ذاته، يتجاوز المقولات الجاهزة والسائدة في أوساط العموم، والتي تتأطر بين محددتين اثنتين، يتمثل الأولى

¹ - المرجع نفسه، ص196.

² - المرجع نفسه، ص197.

في الإعجاب الشديد بالإعلام الاجتماعي والآفاق الواعدة التي تبشر بها تكنولوجياته الدائمة التجدد والتطور، ويتمثل المحدد الثاني في التحذير من المحتويات السلبية التي يروجها الإعلام الاجتماعي والتي لا يمكن التحكم بها وإخضاعها للرقابة¹.

هذا بالإضافة إلى المقولات الجاهزة أيضا والرائجة بخصوص موضوع القيم ذاته، بحيث أصبح الجميع يتحدث عن أزمة القيم ويحذر منها، وهو ما يتعارض نسبيا مع هذه الطفرة التي تعرفها القيم في العالم المعاصر، كل هذا الاهتمام الدولي بموضوع القيم، بالإضافة إلى الغنى الكبير في مجال القيم، إثر الانفتاح على حضارات وثقافات متعددة بفضل تكنولوجيا الاتصال... فهل نعيش بالفعل أزمة قيم؟ . سؤال يجيب عنه الأمين العام السابق لليونسكو (كويشيرو ماتسورا) بالنفي، فيقول: "إن هناك قيما في الوقت الحاضر أكثر مما يتوجب. إلا أن الأزمة التي نجتازها تدل على أننا قد أضعنا بوصلتنا الأخلاقية، ولم نعد نتمكن من تحديد الاتجاه الصحيح. لا توجد عندنا أزمة قيم - وعندنا منها الكثير- بقدر ما توجد أزمة في تحديد معنى القيم، وفي الاستعداد والأهلية لإدارة شؤوننا. فالمسألة الملحة تلخص إذا في معرفة كيفية توجيهنا بين القيم"².

وهذا هو الإشكال الحقيقي يرتبط بالقدرة على امتلاك تصور واضح نتعامل من خلاله مع موضوع القيم، وهذا التصور يبني على تحصيل قدرتين: الأولى بامتلاك بوصلة أخلاقية، نستطيع من خلالها تلمس طريقنا وسط الكم الهائل من القيم التي تروج دوليا، وتمثل الثانية في القدرة على الاستقلالية الفكرية والمنهجية في التعاطي مع موضوع القيم، وهو ما سينعكس حتما على أصالة تلك البوصلة الأخلاقية التي تعكس الخصوصيات الثقافية لمجتمعنا وحاجياته القيمية الفعلية.

VI. شبكات التواصل الاجتماعي والشباب:

ومن الضروريات العلمية التي تستدعي منا تشخيص هذا الرأسمال الافتراضي، ينبغي أن ندرس مستخدميه خاصة فئة الشباب منهم، ويعود الربط العلائقي بين الشريحة الشبانية وهذا الوسط الافتراضي، إلى النسبة الكبيرة التي يظهر بها الفاعلون الشباب في هذا الوسط، حيث يعتبر موضوع البحث في العلاقة بين هذه الفضاءات والشباب من المواضيع الأكثر تناولا في جل بلدان العالم لكون الشباب يمثل الشريحة الاجتماعية الأكثر استخداما لهذه الفضاءات.

¹ - هشام المكّي، الاعلام الجديد وتحديات القيم، ط01، طوب بريس، الرباط، 2014، ص 115.

² - المرجع نفسه، ص 116.

فالشباب اليوم يوصف بجيل الإبهام*، أو بجيل الترحال**، فتوفر مختلف الوسائط الجديدة بصفة عامة فرصا للاتصال التي يدمجها الشباب في حياته اليومية للحفاظ على الروابط الاجتماعية والعلاقات وتشكيلها وتعزيزها، ومع ذلك فإن ازدياد شعبية وسائط الاتصال لم تعوض أشكالا أخرى من الاتصال، لأن الشباب يستخدم أكثر من وسيلة في نفس الوقت¹.

ولقد عالج الباحثون العلاقة بين الشباب والفضاءات الافتراضية من منظورات مختلفة وفي سياقات ثقافية متباينة، مما سمح بإعادة النظر في العديد من المفاهيم والتصنيفات، والوصول إلى استنتاج تدعمه الكثير من المعطيات الميدانية، ومفاده أن هذه الفضاءات تُشكل الشباب وبدوره يُشكل الشباب هذه الفضاءات. إذ يلاحظ أن الشباب في جميع بلدان العالم يتميز بألفة أكثر بالانترنت والهاتف المحمول و...، وهو القوة الأولى المتبينة لمختلف التكنولوجيات الجديدة²، والتي تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد أشكالها.

فقد تراكم في السنوات الأخيرة كما هائلا من الدراسات والتحقيقات التي سعت إلى وصف وتحليل علاقة الشباب بالانترنت، غير أن هذه الأدبيات ظلت واسعة وغير متجانسة، حيث اهتمت التحقيقات الإحصائية الكبيرة أو المحاولات الفكرية العامة خصوصا بالاستخدام اللهوي والاتصالي للانترنت كما تمحورت هذه التحقيقات، إما حول السياق المدرسي، وإما حول سياق الممارسات الثقافية والترفيه³.

لقد تم دراسة استخدامات الشباب للانترنت لأول مرة في إطار البحث الدولي الذي عرف تحت اسم "ميديا برو" الذي شمل عددا كبيرا من البلدان الأوربية وقد كان هذا البحث في الواقع أول بحث من نوعه يهتم بالممارسات الواقعية أو اليومية والعادية للشباب في مجال الانترنت، حتى وإن كانت هذه الممارسات قد وصفت بأنها غير ناضجة وتعرف تطورا كبيرا وسريعا في الوقت الراهن. فقد كشفت الدراسة أن الوظائف الاتصالية للانترنت المتمثلة في البريد الإلكتروني والمحادثات الفورية تأتي في مقدمة استخدامات الشباب للانترنت يليها الاستخدام المعلوماتي والوثائقي، وتبقى النتائج

* - بالنظر لعلاقته بالهاتف المحمول، واستخدام أصعب الإبهام أساسا في صياغة الرسائل.

** - للتنقل من وسط لآخر.

¹ - السعيد بومعزة، المعوم والمحلي في الدراسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري: دراسة ميدانية، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي : الشباب والاتصال والميديا، تونس، 2010، ص 209.

² - الفقرة 11 من اعلان المبادئ للمؤتمر الدولي من أجل مجتمع المعلومات ودور الشباب المنعقد في جينيف، ديسمبر 2010.

³ - عبد الوهاب بوخوفة، شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والانترنت: محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي : الشباب والاتصال والميديا، تونس، 2010، ص 290.

التي توصلت إليها هذه الدراسات مفيدة بالنسبة لنا فهي تكشف لنا عن الممارسات الشاملة التي يمكن أن نتخذها كأساس للتفكير في استخدامات الشباب للانترنت¹.

وقد أكدت الدراسات بأن الشباب يُظهر رغبة ملححة في التعبير الحر عن نفسه، وتكمن فيه استعدادات التمرد عن الثقافة والتقاليد السائدة، وبالتالي يتبع الشباب استراتيجيات استخدام خاصة به لتبني الفضاءات الافتراضية وتكييفها من أجل الإبداع الثقافي والاتصال الاجتماعي².

وقد ترتب على انتشار شبكات التواصل الاجتماعي تزايداً مطرداً في استخدامها حتى وصل عدد مستخدمي شبكة التويتر في العالم العربي نحو 6.5 ملايين مستخدم، بينما زاد عدد مستخدمي الفاييسبوك عن 800 مليون مستخدم في العالم، وتجدر الإشارة أن هذه الإحصائيات لعام 2012 ولنا أن نتخيل الزيادة التي وصلنا إليها الآن³. وفي تقرير أصدرته (وحدة مختبر المستهلك) في شركة (إريكسون) لسنة 2015، تنامي استعمال الانترنت في الجزائر، إلى " تزايد استخدامه داخل أوساط الشباب الذين أصبحت عاداتهم الاستهلاكية مماثلة لعادات نظرائهم في أوروبا وأمريكا" وأفاد التقرير أن ارتفاع استخدام الانترنت يقف وراءه الشباب، ممن تتراوح أعمارهم بين 15 و24 سنة، إذ تزداد عادات استخدامهم الأسبوعي لخدمات الانترنت والتطبيقات الذكية، وقال التقرير أن الجزائر على غرار كل من المغرب وتونس، أصبحت تشهد تحولات عميقة على مستوى توجهات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بفضل الشباب الذين ترتفع وسطهم نسبة الولوج إلى الانترنت إلى 70 في المائة. وسجل التقرير أن 97 في المائة من أصحاب الهواتف الذكية في المغرب العربي والجزائر تحديداً، يستخدمون تطبيقات الهواتف النقالة، من أجل ولوج الشبكات الاجتماعية بالدرجة الأولى⁴.

وعلى الرغم من أهمية الدراسات التي سعت لمعرفة استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي في المجتمعات واستخدامهم لها في حياتهم اليومية، إلا أنه ينبغي مع ذلك أن تؤخذ هذه الدراسات بتحفظ. لأن فهم علاقة الشباب بالانترنت في عمقها تقتضي منا توخي الحيطة والحذر لأن الرؤية الجامدة التي تقدم الشباب كقوة اجتماعية منسجمة وموحدة يمكن أن تحجب عنا إدراك العلاقات المعقدة التي يقيمها الشباب مع المجتمع ونظامه الرمزي وبالنتيجة العلاقات التي تمهكل استخدامهم وتملكهم لتكنولوجيات الإعلام والاتصال⁵.

1 - Bevort, Evelyne , Bréda, appropriation des nouveaux médias par les jeunes : une enquête européenne en éducation aux médias, centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information, paris, 2006, p18.

² - السعيد بومعيرة، مرجع سبق ذكره، ص 209.

³ - فهد بن علي الطيار، مرجع سبق ذكره، ص 196.

⁴ - هشام حدوم، 70 بالمائة من الجزائريين مدمنون على الفيسبوك والفاير ، جريدة البلاد ، العدد: 31219، 2015/02/06، ص 19.

⁵ - عبد الوهاب بوخنوفة، مرجع سبق ذكره، ص 291.

تنطوي في الواقع دراسة علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي جملة من الصعوبات منها على وجه الخصوص استخدام كلمة الشباب ذاتها حيث يبقى هذا الاستخدام إشكالي بالنظر إلى كون الكلمة تحمل عدة معاني وتختلف باختلاف السياق الذي تستخدم فيه. فالشباب لا يشكلون في الواقع فئة منسجمة وإنما فئة تغطي خصوصيات متعددة، وقد أشار (بيار بورديو) إلى ضرورة توخي الحذر عندما يتم التعامل مع هذه الفئات لأن استخدام هذه الصفة يقلل من رهانات التراتبية الاجتماعية لصالح وصف يوحد الممارسات والمرجعيات الثقافية الخصوصية¹.

VII. التمثل لفهم استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

ومن الحلول العلمية التي طرحها الباحثون لفهم العلاقة الارتباطية بين المستخدم والتكنولوجيات الجديدة هو البحث في مفهوم التمثل، فقد أصبح هذا المفهوم اليوم أداة أساسية للباحثين المهتمين بفهم الصور الذهنية التي يكونها الأفراد انطلاقاً من تجاربهم مع التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، وفهم وتحليل التفاعل بين هذه التمثلات للتكنولوجيات الجديدة والممارسات الفعلية للأفراد، وهو مجال بحث خاص بحد ذاته.

وتكمن فائدة دراسة التمثلات في أنها تساعدنا على تحقيق فهم أفضل للتغيرات التكنولوجية والمعرفية السارية وكيف يتكيف معها الشباب، كما تساعدنا أيضاً وعلى وجه الخصوص في محاولة حصر آليات امتلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال كعنصر جديد وإعادة هيكلته وإدماجه في طرق التفكير والفعل من قبل الشباب، ويؤكد (شامبات) على أن مسألة فهم التمثلات الاجتماعية التي يكونها الأفراد عن التكنولوجيات مسألة أساسية لأن استخدام الأفراد لهذه التكنولوجيات يتجاوز في الواقع مجرد الاستعمال الوظيفي وأن العلاقة التي تقوم بين المستخدم والأداة لا تكون أبداً علاقة أدائية صرفة².

غير أن دراسة التمثلات الاجتماعية تصطدم بصعوبة إعطاء تعريف نهائي وجاهز لمفهوم التمثل، فعلم النفس الاجتماعي يعرف التمثلات كبناءات سوسيو معرفية، لأنها نتاج نشاط ذهني اجتماعي، فأى تمثيل هو بالضرورة تمثلاً اجتماعياً لشيء ما بالنسبة لشخص ما، وهي أيضاً نتاج للتفاعلات الاجتماعية، فهي تتولد بصورة جماعية من قبل أعضاء جماعة³.

¹ - Bourdieu P , la jeunesse n'est qu'un mot, entretien avec anne-Marie, in « questions de sociologie », edition de minuit, paris, p151.

² - Pierre CHambat, usages des technologies de l'information et de la communication, technologies et sociétés, 6, p250.

³ - عبد الوهاب بوخوافة، مرجع سبق ذكره، ص 287.

يشير (مانوني) إلى فكرة أن التمثلات الاجتماعية حاضرة في الحياة الذهنية اليومية للأفراد والجماعات وأنها مشكلة لتفكيرنا¹، وتؤكد (جودلت) من جانبها على أن التمثلات ظاهرة ذهنية تطابق مجموعة من العناصر الإدراكية المعرفية الواعية والمنظمة والمنسجمة إلى حد ما، فالتمثل الاجتماعي هو معرفة بالحس المشترك الذي يسمح لجميع أفراد جماعة من أن تتحدث نفس اللغة، وهكذا يبدو التمثل الاجتماعي كشكل من أشكال المعرفة العملية التي تربط الذات بالموضوع².

وتبرز في معظم التعريفات المقدمة للتمثل ثلاثة جوانب أساسية مميزة ومتبادلة التبعية وهي: جانب الاتصال، لأن التمثلات تزود الأفراد برموز أو شفرات للتبادلات ومدونات لتسمية جوانب عالمهم وتاريخهم الفردي والجماعي، وترتيبها بصورة متميزة، وجانب إعادة بناء الواقع، لأن التمثلات ترشدنا إلى طرائق تعيين وتعريف مختلف مظاهر واقعا اليومي، وطرائق تفسير هذه الجوانب واتخاذ مواقف منها، وأخيرا جانب التحكم في البيئة أو المحيط من قبل الفاعل، لأن مجمل التمثلات أو المعارف العملية تسمح للفرد بأن يحدد موقعه في بيئته والتحكم فيها³.

وذهب (ماسكوفيسي) إلى التأكيد على أن أي تمثّل اجتماعي يتضمن ثلاثة أبعاد أساسية وهي: الاتجاه، ويعبر عن تموقع وتوجه عام ايجابي أو سلبي إزاء الشيء موضع التمثل، والمعلومة وتحيل إلى جملة المعارف حول الشيء موضوع التمثل وتنظيمها، ويمكن أن تكون هذه المعارف عديدة ومتنوعة ودقيقة أو نمطية أو مقولبة، وأخيرا، حقل أو مجال التمثل أي أن محتوى التمثل يتكون أو يتشكل من عناصر إدراكية معرفية وعاطفية في آن واحد، إنه مجمل المعارف المنظمة والمهيكلّة المتعلقة بشيء ما⁴.

أما بالنسبة للوظائف التي يؤديها التمثل بالنسبة للفرد، فيرى (أبريك) أن للتمثل الاجتماعي أربع وظائف أساسية وهي: وظيفة المعرفة، وتسمح بفضل محتواها بفهم وتفسير الواقع في آن واحد وأن هذه المعارف " الساذجة " تسمح بالاتصال والتبادلات الاجتماعية، ووظيفة توجيه السلوكيات إزاء الشيء موضوع التمثل، ووظيفة التبرير، وتسمح لاحقا بتبرير الاتجاهات التي يتبناها الفرد في علاقته بذلك الشيء، وأخيرا وظيفة الهوية، وتسمح بتحديد أو تعريف هوية جماعة اجتماعية او مهنية تشترك في علاقتها بالشيء موضوع التمثل⁵.

¹ - Pierre Mannoni, les représentations sociales, PUF, 1998, p3.

² - D.Jodelet, les représentations sociales, presses universitaires de France, paris, 1989, p89.

³ - عبد الوهاب بوخنوفة، مرجع سبق ذكره، ص287.

⁴ - المرجع نفسه، ص287.

⁵ - المرجع نفسه، ص288.

إن تمثلات المستخدمين تبدو أكثر أهمية في تحليل الاستخدام، فهذه التمثلات تشمل في آن واحد فكرة سياق الاستخدام والاستخدام نفسه، ولذلك فإن أي منتج تقني لا ينبغي أن يتكيف مع سياق الاستخدام فحسب بل ينبغي أن يروج للتمثل الجيد لهذا السياق، ويلح (جون لومارك) على هذه النقطة بالقول: "ليست الظواهر الموضوعية هي التي تشكل الواقع المرجعي بالضرورة وإنما عالم التمثلات هو الذي يعطي معنى لهذه الظواهر"¹.

بيد أن المشكلة التي تواجهنا دائما عند دراسة وتحليل التمثلات تكمن في أن هذه الأخيرة متغيرة وغير متوقعة فهي لا تنكشف إلا جزئيا في الظاهر القابل للملاحظة، غير أنه من المهم جدا أخذ هذه التمثلات في الاعتبار، فقد أبرزت العديد من الدراسات دور هذه التمثلات في تكون الاستخدامات، كما بينت أهمية المخيال في استخدام التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، وأن الشحنة الرمزية وحتى العاطفية تعدل في استراتيجيات الاستخدام².

VIII. القيم في الرأس مال الافتراضي لدى الشباب الجزائري المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي :

إن الشباب الجزائري قد تفاعل مع هذه الفضاءات الافتراضية كغيره من الشباب الآخر، وحاول الاستفادة من خصائص هذه الشبكات الاجتماعية الافتراضية، مطوعا هذا التشبيك العلائقي تلبية لحاجاته ورغباته المتعددة والمتباينة، وربما النسب الإحصائية أعلاه لا تدلل عن كيفية الاستخدام بقدر ما تدلل على نسبة الاستخدام، ولعل الأمر الذي يهمنا في مثل هذه القضايا هو الكيفية التي يرتبط بها هذا الفاعل الشاب بهذا الوسط الافتراضي ومعرفة الرأس مال الافتراضي الذي يكونه من خلال دمج ذاته التفاعلية في محور المرسل والمتلقي.

إن الرأس مال الذي يسعى الشباب إلى تكوينه افتراضيا ليصبح في كثير من الأحيان واقعا ملموسا لا يخلو من الجانب القيمي الذي يوطر العملية الاتصالية الهادفة، خاصة وأن هذا التشبيك قد فتح آفاقا لفتح المعوم وتقليص المحلي وهي أحد أبرز خصائص المجتمعات الحداثية التي تعتبر رهان القيم أهم الرهانات التي تسعى لحوض غمارها لتحقيق معادلة الحفاظ على الذات مع التواصل مع الآخر، بالرغم من أن هذه الفكرة الأخيرة تحتاج للعديد من الآليات الفعلية لتحقيقها افتراضيا ومن ثم واقعا. وليس هذا فحسب، بل إن هذه الشبكات الاجتماعية قد أوجدت قيما خاصة بما اندمج فيها الشباب فأصبحت أسلوبا للاستخدام وطريقة للتواصل، الأمر الذي زاد من أهمية الرهان القيمي في هذا الرأس مال فقيم الوسيلة في حد ذاتها والقيم التي تنتجها الوسيلة، على الرغم من تماهي الاثنيتين مع بعضهما البعض الأمر الذي يجعلنا في كثير من الأحيان للنظر إلى القيم كإنتاج أخير وليس كبدية.

¹ J.le Marec,pour un nécessaire empirisme,www.txtnet.com/ote/jlm.htm.le24/05/2015,13 :00.

² - عبد الوهاب بوخوافة، مرجع سبق ذكره، ص288.

إن الشباب الجزائري كغيره من الشباب، تحكمه مجموعة القيم الثقافية التي من شأنها أن توطر علاقاته التواصلية حفاظا على ثقافته ومقومات تواجدها، وأمام هذا الفتح التواصلي وتعدد الآراء بين مؤيد ومعارض وموجه للتوسط في المعالجة، ارتأينا أن تكون هذه الدراسة لمعرفة القيم الثقافية التي يكتسبها الشباب الجزائري في تكوين رأسماله الافتراضي نتيجة استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي، وهذا من خلال طرح الإشكال التالي:

➤ كيف تتجسد القيم الثقافية التي يكتسبها الشباب الجزائري في رأسماله الافتراضي الناتج عن

استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي؟

ثانيا: تساؤلات الدراسة

- I. ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- II. كيف يتمثل الشباب الجزائري لقيمه الثقافية في استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- III. ما هي القيم الثقافية التي يكتسبها الشباب الجزائري لتكوين رأسماله الافتراضي من خلال استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي؟

ثالثا: أهمية الدراسة

يقول توفلر : " إن القيم مثل الطفل غير السعيد الذي يعاني بؤس وشقاء عدم علمنا به"¹

فدراسة القيم لم تنل حظها الواسع من الجهود البحثية لمختلف الباحثين وذلك بالمقارنة ببعض المفاهيم الأخرى التي وصلت إلى حد ما إلى حالة التشبع العلمي ، وإذا كانت هذه الدراسة قد تطرقت إلى هذا الموضوع القليل التناول فإنها قد ربطتها بشبكات التواصل الاجتماعي، وطبيعة استخدام الشباب الجزائري لها.

ويذهب (كارسون) إلى أن التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام أدت إلى تغيرات قيمية واسعة وفي شتى مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية، وهذه التغيرات الواسعة النطاق يترتب عليها ما يسميه (كارسون) صراع القيم بين مختلف الحضارات والثقافات المختلفة سواء داخل البلد الواحد أو بين مختلف بلدان العالم ومن ثمة فإن هناك تفاعلا مباشرا بين القيم والتكنولوجيا، بمعنى أن كلا منهما يؤثر في الآخر، ودليل ذلك أن القيم عامل حاسم في اختيار التكنولوجيا، وان التكنولوجيا عامل مؤثر في تغير القيم. فحين نتحدث عن القيم الثقافية في

¹ - السعيد بومعزة ، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب ،إشراف: بلقاسم بن روان ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر ، 2005-2006 ، ص 142 .

شبكات التواصل الاجتماعي فالرهان مضاعف، فرهان القيم يتضاعف ويتناسل في مجال جديد في طور التشكل، الثابت فيه هو المتغير المستمر¹.

حيث ستساعدنا هذه الدراسة في معرفة الأداء الإنتاجي لهذه الشبكات من خلال استخدام الشباب لها في المجال القيمي الثقافي، ففضاء هذه الشبكات يشكل مساحة تفاعلية تتمظهر فيه مجموعة القيم الاجتماعية والثقافية غير المتماسكة والمتناقضة في اتجاهاتها، بسبب تنوع مصادرها وتباين الأسس الفكرية والثقافية المبنية عليها، الأمر الذي نجد آثاره الواضحة في انجذاب المستخدمين نحوها، وتعمل على تلبية حاجات نفسية واجتماعية لا تستقيم والخصوصيات الثقافية والحضارية التي استقر عليها البناء الاجتماعي في كثير من الأحيان، هذا من جهة.

ومن جهة أخرى، قد تكون هذه الفضاءات رافدا افتراضيا تعزز فيه القيمة، على أساس أن هذه التجمعات الافتراضية تجمعها في كثير من الأحيان انطباعات التجانس والتفاهم والتقاسم المشترك لمجموعة الخصائص والحاجيات والاستخدامات الاتصالية، وتكون بذلك مكملا لأداءات الرأسمال الاجتماعي الذي يكسبه الفرد نتيجة تفاعلاته المبنية على تحقيق أكبر قدر من الرأسمال والذي تؤطره في منظورنا القيمة دائما، حتى تصل بالفرد إلى الثقافة الراقية التي تمكنه من أداء فعله الحضاري الموجود له فوق هذه البسيطة.

إن هذه الدراسة وإن كانت، ستدخل غمار هذا الاختلاف البحثي الذي جاء نتيجة الرهان المفاهيمي لها، فإنها لا تقف عند هذا الحد من تبيان للاختلاف والوصول إلى آليات التقارب بين وجهتي النظر السابقتين، فإن لها أبعادا كذلك يمكن أن نجسدها على النحو التالي:

➤ **البعد الوسائلي:** ممتثلا في دراسة خصائص شبكات التواصل الاجتماعي كمجال افتراضي جديد فرض نفسه في الجانب التواصلية.

➤ **البعد الثقافي:** في دراسة أشكال الثقافة الجديدة التي فرضتها هذه الشبكات، وفهم الفرد الثقافي الفاعل فيها، لمحاولة تقريبه لمفهوم الفاعل الاجتماعي في السياق الاجتماعي.

➤ **البعد الاستخدائي:** يتمثل في دراسة استخدام شريحة كبيرة جدا من المجتمع الجزائري هم الشباب، لهذه الشبكات.

➤ **البعد القيمي:** دراسة القيم الثقافية من خلال ثنائيات: التحييد والتعزيز، الايجابي والسلبي، المحلي والمعولم.

¹ - أمين محمد الخولي، القيم الثقافية في اختيار التكنولوجيا، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، العدد: 48، يوليو-سبتمبر 1982، القاهرة، ص24.

- **البعد الاثنوغرافي:** في دراسة عينة الدراسة بطريقة وصفية من خلال نقل وقائع الاستخدام وتفاعلات الاكتساب للقيم كما هي في الواقع، والعمل على وصفها وتحليلها.
- **البعد النظري:** من خلال محاولة إسقاط العديد من النظريات لفهم الظاهرة المدروسة.
- **البعد الحضاري:** فكل الأمور السابقة تساعدنا في فهم الفاعل الافتراضي من الجانب القيمي الثقافي لمحاولة توجيهه أو تدعيمه نحو الفهم الذي يبني الحضارة ويساهم في تطور البناء الاجتماعي.

رابعاً: أسباب اختيار موضوع الدراسة

إن اختيارنا لموضوع: " القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي - دراسة اثنوغرافية"، إنما هو نتاج مجموعة من الأسباب نرجعها إلى أسباب ذاتية، وأخرى موضوعية، وذلك على النحو التالي:

I. الأسباب الذاتية:

1. ميولنا الشخصي نحو الدراسات المتعلقة بوسائل الإعلام الجديدة والمجتمعات الافتراضية، وكل إفرازات التكنولوجيا الحديثة في المجال الإعلامي الاتصالي.
2. ميولنا الشخصي نحو الدراسات القيمية، لإيماننا العميق بضرورة قيمة المحتويات الاتصالية على مختلف الوسائل التي تظهر فيها، خاصة تلك القيم التي تمس الإنسان في حركته التفاعلية لإنتاج المعاني الثقافية.
3. التعرف أكثر على الرصيد النظري الخاص بالتأصيل الفكري للظواهر الحديثة في الإعلام والاتصال، التي تهدف إلى محاولة الخروج عن الرؤى الكلاسيكية التي صبغت على تفسير العملية الإعلامية سابقاً.
4. اعتبار ذاتنا جزءاً متأثراً بهذه التكنولوجيات، الأمر الذي رسم لدينا العديد من الإشكاليات في الممارسات التواصلية مع هذه الشبكات الاجتماعية.
5. محاولة حوض غمار تجربة البحوث الكيفية، التي نرى حضورها محتشماً إذا ما تمت مقارنتها بالبحوث الكمية.

II. الأسباب الموضوعية:

1. محاولة مواكبة التطورات الخاصة باتجاهات البحث في ميدان علوم الإعلام والاتصال، والتي تتجه الآن نحو بحوث وسائل الإعلام الجديدة بكثرة.
2. محاولة تفسير هذه الفضاءات الافتراضية من خلال ربطها بالجانب القيمي.

3. الانتشار الكبير لهذه الشبكات في أوساط الشباب بصفة خاصة، الأمر الذي يستدعي منا دراسة الموضوع دراسة علمية.
4. محاولة تبسيط مدلولات الرهانات المعرفية التي يقتضيها وصف الدراسة(القيم-الثقافة...).
5. اعتبار هذه الدراسة نوعا من الإضافات في مجال البحوث الاثنوغرافية لمستخدمي الانترنت.
6. التعرف أكثر على امتدادات هذه الفضاءات الافتراضية في المخزون القيمي الثقافي للمجتمع الجزائري، من خلال بناء علاقة تحلل وتضبط هذا الامتداد أو التأثير.

خامسا: أهداف الدراسة

تسعى الدراسة التي بين أيدينا، لتحقيق جملة من الأهداف، ولعل الهدف الرئيسي في هذا المجال هو:

➤ معرفة الكيفية التي تتجسد بها القيم الثقافية التي يكتسبها الشباب الجزائري في رأسماله الافتراضي الناتج عن استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي .

كما أن الدراسة تسعى لتحقيق أهداف ثانوية أخرى، تخدم بالضرورة الهدف الرئيسي، يمكن ان نوردها على

النحو التالي:

1. التعرف على أسباب إقبال الشباب الجزائري على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
2. معرفة عادات استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، وكيفية تفاعله معها.
3. معرفة نوعية الشبكات الاجتماعية التي يقبل عليها الشباب ووميزاتها عن غيرها.
4. معرفة تفاصيل الواقع الافتراضي وسماته في هذه الشبكات.
5. معرفة تمثل الشباب الجزائري للقيم الثقافية في هذا الوسط الافتراضي.
6. التعرف على العلاقة التي تربط بين التمثلات الافتراضية في فهم القيمة، والمعنى الواقعي الحقيقي للقيمة الثقافية.
7. معرفة جوانب التغيير السلبي أو الايجابي الذي مس القيم الثقافية في هذه الشبكات، وتأثير ذلك على الشباب.
8. معرفة توقع ذات الشباب في كل هذه التفاعلات المفتوحة ضمن ثنائية المحلي - العالمي .
9. الدراسة الكيفية والوصفية للظاهرة من خلال المنهج الاثنوغرافي.

ا. القيم:

1. لغة : مصدر بمعنى الاستقامة ، والله تعالى القِيُومُ والقِيَامُ ، والملة القِيَمَةُ : المعتدلة وفي التنزيل ﴿وَذَلِكَ دَرِيءٌ الْقِيَمَةُ﴾¹ ، ودين قيم كذلك وفي التنزيل العزيز ﴿دِينًا قِيَمًا مَلَكًا إِبْرَاهِيمَ﴾² ، وقال أبو إسحاق : القِيمُ هُوَ الْمُسْتَقِيمُ³.

2. اصطلاحا : هناك مجموعة من الإشكاليات التي تعترض الباحث والدارس عند دراسته للقيم ، والتي رأينا من الضرورة التنويه إليها بداية قبل الخوض في تفاصيل هذا المفهوم .

فيلاحظ (روكيش) أنه من بين الإشكاليات التي تواجه دارس القيم هو الضعف المسجل في نظرية القيم والضعف يعود إلى غياب الاتفاق فيما بين الباحثين والذي يظهر على عدة مستويات، ويتعلق المستوى الأول بعدم القدرة على تحديد مصدر القيمة هل هو العالم الإمبريقي أم العالم الروحي؟ وربما هذا العجز يكمن سببه في التأثير الذي خلفته كتابات (تالكوت بارسونز) وبالتحديد ورقته بعنوان "religious organization in the united states 1958"، أو "المنظمة الدينية في الولايات المتحدة" ، والتي يقر فيها ضمنا بالجذور الأساسية الدينية للقيم ، أما المستوى الآخر فيتعلق بالتوكيد المفرط على النظرة إلى القيم كمعايير ، وبالتالي التركيز في نظرية القيمة على فكرة الامتناع للمعايير الاجتماعية والتقليل المتطابق من أدوار الإدراك الانتقائي والعقل في الفعل الإنساني⁴ .
وعليه وقع الخلط بين القيمة كمفهوم والقيمة كعملية ، وبين القيمة والمفاهيم المتصلة بها كالمعايير والاتجاهات، من جهة ثانية ، وسوف نتعرض إلى هذه النقطة لاحقا.

وزيادة على هذه الإشكالية فهناك إشكالية أخرى؛ تكمن في عدم وجود مقياس لقياس القيم، ففي وقت مبكر إذ لاحظ في هذا الصدد (توماس كاونز 1948) "أن العقل البشري الخلاق للقيم لم يستطع ابتكار وسيلة لقياس القيم" حيث لم يتسن ذلك إلا بعد مدة من الزمن حيث ابتكر (روكيش) مقياسه الشهير في "1968" والذي أصبح منذ ذلك التاريخ يطبق على نطاق واسع، وساهم كثيرا في إعطاء دفع لدراسات القيم ، كما ساعد باحثين آخرين على صياغة مقاييس أخرى أو تعديل مقياس (روكيش) على غرار مقاييس (كال) و(شوارتز) و(بولاي) وغيرها كثير⁵ .

على أية حال ، فإن صعوبة دراسة إشكالية دراسة القيم جعلت (دافيد أيرل) يقول: "إننا مهما قصدنا بكلمة قيمة فإن ميدان القيم على ما يبدو عليه، عصى الإمام به كل الإمام والإحاطة به من جميع الجوانب"⁶ ، و(روكيش) الذي كتب كثيرا في ميدان القيم فقد لاحظ بأن: "دراسة القيم ما زالت في مرحلة ما قبل التطور" وقد تعبر هذه الإشكالية في حد

¹ - سورة البينة ، الآية رقم 5.

² - سورة الأنعام، الآية رقم 161.

³ - ابن منظور ، لسان العرب، المجلد 12، دار صادر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1977، ص ص 593 - 594.

⁴ - السعيد بومعزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب-دراسة استطلاعية بمنطقة البلدة-، أطروحة لنيل دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، مرجع سبق ذكره، ص 142.

⁵ - المرجع نفسه، ص 142.

⁶ - أسامة عبد الرحيم علي، القيم التربوية في صحافة الأطفال: دراسة في تأثير الواقع الثقافي، دار ايتراك للطباعة والنشر، 2006، ص 28.

ذاتها عن قيمة ضمنية توجه تفكير الباحث وموافقته وتجعل الباحثين يقدمون تعاريف مختلفة للقيمة ، ولكنها تشير كلها إلى نفس الظاهرة، من جهة أخرى فإن كل باحث يحاول أن يعرف القيمة وفق ما يراه ويعتقده، وحسب ما يخدم غرض الظاهرة التي يدرسها، وما يزيد في التعقيد والغموض في دراسة القيمة أنها ليست حكرا على فرع معرفي واحد وإنما هي موضوع دراسة من طرف عدة فروع معرفية كالفلسفة وعلوم الاجتماع والنفس والاقتصاد والسياسة والجمال وفي ذات الفروع المعرفية توجد رؤى مختلفة بخصوص مفهوم لقيمة.¹

أما إذا أتينا على السياق التاريخي لتطور الاهتمام بدراسة القيم، فيبدو أن أول من استخدم لفظ "القيمة" وهو باللغة الألمانية Wert بالمعنى الفلسفي، وعمل على نشره هو (لوتز) واللاهوتي (ريثشل)، وعلماء الاقتصاد النمساويون بوجه خاص أمثال (مانجر) و(فونم وايزر) و(فون بوم باثرك)، وقد نجم عن نجاح فلسفة (نيتشه) أن ذاع استعمال كلمة "القيمة" بين جمهرة المثقفين، وهكذا احتلت نظريات القيمة المكانة الأولى في ألمانيا حوالي عام 1900 وفي إنجلترا وأمريكا حوالي عام 1910 أما في فرنسا، فقد ظل الأمر على عكس ذلك بالرغم من بعض البحوث المهمة التي نشرت متفرقة، ودام ذلك حتى السنوات الأخيرة.²

هذا ويختلف المفكرون في معنى القيم ونظرتهم إليها اختلافات كبيرة، فبينما يرى فريق منهم رأيا خاصا في معنى القيم، يرى غيره رأيا مناقضا كل التناقض مما حدا بكثير من المؤلفين التي تميزت دراستهم بالتضارب البين، ونذكر من هؤلاء على سبيل المثال لا الحصر (فون مرنج) الذي يقول: "هناك في ميدان البحوث في القيم على وجه الخصوص جذب في النظرية المتناسقة، وقصب في النظريات المتضاربة"، وكذلك نذكر الفيلسوف (جون ديوي) الذي يقول: "إن الآراء حول موضوع القيم تتفاوت بين الاعتقاد من ناحية بأن ما يسمى قيما ليس في الواقع سوى إشارات انفعالية أو مجرد تغيرات صوتية، وبين الاعتقاد في الطرف المقابل بأن المعايير القبلية العقلية ضرورية ويقوم على أساسها كل من الفن والعلم والأخلاق".³

والواقع أن أهمية دراسة القيم لا تقف داخل النطاق الفكر الفلسفي وحده بل تتعداه فالقيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وهي تمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها، ذلك لأنها مجرد ضرورة اجتماعية ولأنها معايير وأهداف لا بد أن نجد لها في كل مجتمع منظم ، فهي تتغلغل في الأفراد في شكل اتجاهات ودوافع وقطاعات، وتظهر في السلوك الظاهري الشعوري واللاشعوري وفي المواقف التي تتطلب ارتباط هؤلاء الأفراد تعبر القيم عن نفسها في قوانين وبرامج التنظيم الاجتماعي والنظم الاجتماعية وفي نفس المعنى يقول الدكتور (محمد الدين إسماعيل وزملائه): "ومفهوم القيم من المفهومات التي يتوافر استخدامها عندما يتناول حديث الناس الهام والخطير من الأمور، فهو من المفهومات التي تستخدم مثلا عند الحديث عن انقسام العالم إلى معسكرين، ثم هو من المفهومات التي تستخدم للمقارنة بين النظم الاقتصادية والسياسية والعلاقات الإنسانية في المجتمعات البشرية، وهو أيضا من المفهومات التي تستخدم عند الحديث عن مستقبل العالم ومصير الإنسانية، ولا يقتصر حديث

¹ - المرجع نفسه، ص 142 - 143.

² - فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، لبنان، 1980، ص 15.

³ - المرجع نفسه، ص 16.

القيم على المشكلات العامة ذات الطابع القومي أو الدولي فحسب، بل نجده يتناول كذلك سلوك الأفراد، والقيم في هذا المجال من الوسائل الهامة في التمييز بين أنماط حياة الأفراد والجماعات، وقصارى القول أن القيم تتغلغل في حياة الناس أفرادا وجماعات وترتبط عندهم بمعنى الحياة ذاتها لأنها ترتبط ارتباطا وثيقا بدوافع السلوك والآمال والأهداف¹.

ومما هو جدير بالذكر أن القيم الاجتماعية لم يرد ذكرها بالمرّة كمادة على حدى بذاتها في موسوعة العلوم الاجتماعية سواء في الطبعة القديمة أو الطبعة الحديثة، وربما كان السر في إهمال دراستها من جانب العلماء في ميادين الدراسات الاجتماعية؛ هو أن الفلسفات العقلية قد جعلت من دراستها عنصر أساسيا في النسيج الفكري الجرد ونأت بها عن علم الواقع، وفي هذا يقول (جاندي) في معرض الحديث عن إثارة الاهتمام بدراسة القيم "كان علماء الاجتماع في عهد قريب يعتقدون أن دراسة موضوع القيم من شأن الفلاسفة وحدهم ولذلك لم يعيروها أي اهتمام وتركوها للفلاسفة"، ثم يمضي فيعلق على هذا بقوله: "وواضح أننا (يقصد علماء الاجتماع) مصابون بفوبيا اجتماعية من ناحية القيم، سببها الأساسي اعتقادنا أن دراسة القيم لا يمكن أن تكون علمية بمعنى الكلمة"، ومما يدعم هذا التحليل في إهمال دراسة القيم من جانب العلوم الاجتماعية ما قاله (ليفي ستراوس) في معرض الكلام عن أهمية القيم: "فمرد ذلك إلى أنه عندما نتكلم عن القيم إنما نتكلم عن الانفعالات والعواطف والظواهر غير المنطقية ومما أن مهمة أي علم هي أن يعبر عن الظاهرة بأسلوب منطقي، فإننا نحشى أن يفضي الكلام-علميا-عن القيم إلى التناقض الحادث من تفسير بيانات غير منطقية بعبارات منطقية، فهذا من شأنه أن يهدم هذه البيانات ويشوه طبيعة القيم".²

هذا ويقرر (هرتزلر) أن علماء الاقتصاد وحدهم ينفردون من بين العلماء بما أولوه من اهتمام جدير بالذكر بدراسة القيم، ولذلك فهم يعدون بحق رواد دراسة القيم في الميدان العلمي، فقد عكفوا منذ قرن مضى على البحث فيها وفي الدور الأساسي الذي "تلعبه" في تحديد الأسعار وفي إنتاج السلع واستهلاكها وتوزيعها، وعمقوا في تحليلها ودارسته مما يتصل بها من إشباع الحاجات والرغبات حتى وصف بعضهم علم الاقتصاد بأنه علم القيمة، وفي أواخر عام 1912 بدأ (كولي) سلسلة من المقالات جمعت أخيرا في كتاب واحد أبرز فيها أهمية القيم في ميدان دراسة الظواهر الاجتماعية وتحليلها وخص بالذكر دورها الأساسي في النظم الاجتماعية ومنذ هذا الوقت بدأ كل علم من العلوم الاجتماعية يهتم بدراسة القيم ويعترف بها كمعطيات اجتماعية، ولو أن بعض المدارس والحركات الفكرية استمرت تنظر للقيم بالنظرة القديمة.³

ومما هو جدير بالذكر أنه قد كان لاهتمام العلوم الاجتماعية بدراسة القيم أكبر الأثر في ترابط هذه العلوم أو على الأقل ترابط طائفة كبيرة منها، أصبحت تعرف "بعلوم القيمة" وأصبح من النظريات المعروفة المرتبطة به "نظرية القيمة" التي تطلق على مجموعة المشاكل المشتركة بين طائفة علوم القيمة، تلك العلوم التي تتضمن علم الأخلاق وعلم الجمال وعلم الاقتصاد وعلم السياسية وعلم الأنثروبولوجيا وعلم الاجتماع ونظرية المعرفة، وكان التخصص قد فرق بين

¹ - المرجع نفسه، ص 16-17.

² - عبد العزيز محمد، القيم الفلسفية الكبرى: الحق، الخير، الجمال، مؤسسة الثقافة الجامعية، مصر، 2008، ص 13.

³ - المرجع نفسه، ص 17.

هذه العلوم تفرقة كبيرة وعزل بعضها عن بعض، وتعد "نظرية القيمة" حركة في الاتجاه المضاد لفرقة العلوم وانعزالها، فهي حركة الغرض منها استخلاص لب المشاكل التي تشترك فيها جميع هذه العلوم، وهذه الحركة حديثة نسبيا ولكن المشاكل التي تعالجها قديمة جدا فهي مشاكل الخير والشر وهذه المناسبة يقول (ريمون رويه): "ولعل المرء لا يعجب من تشتت المؤلفات التي تبحث موضوع القيمة بحثا قاصدا إذا فطن إلى أن نظرية القيم أو "الأكسيولوجيا" لم تنبثق عن جهد فيلسوف واحد من الفلاسفة العظام وإنما تضافرت على صنعها طائفة من العقول الممتازة التي عملت بصورة متفرقة مبعثرة، وإنما القارئ لا يدري عندما يفتح كتاب يتناول القيمة هل هذا الكتاب يبحث موضوعات في اللاهوت أو في علم النفس أو في علم الاجتماع أو في علم الاقتصاد السياسي أو في المنطق أو في الأخلاق أو في الفلسفة العامة"¹.

ويبدو مما كتبه (بير) بصدد نظرية القيمة، أنه من المشاكل المشتركة التي تجري وسط كل ميادين علوم القيمة، تلك المشكلة التي تتلخص في السؤال الآتي: كيف تصدر قرارات سليمة في شؤون البشر؟ فهو يرى أن للبحث في هذه المشكلة أهمية كبرى، لأنه يوجد الهدف في جميع ميادين علوم القيمة فقد كان ذلك هدفا أساسيا في أبحاث أفلاطون في ميدان الخير والحق والجمال، وهو بعينه الهدف المتضمن في أبحاث المعاصرين في ميدان القيم والواقع أن هناك أنواعا مختلفة للقيم ولكنها شديدة الاتصال بعضها ببعض وشديدة التداخل بعضها في بعض إلى درجة أن الحكم على إحداها قد يتضمن أحكاما على الأخرى كما أنه من المحتمل أن تكون الطريقة للوصول إلى أحكام صحيحة "متشابهة في جميع الحالات"، ولا يفوتنا في هذا المجال أن نسجل ملاحظة (جماعة كورنيل) لدراسة القيم وهي أن "مفهوم القيم" أصبح نقطة تقابل مختلف العلوم الاجتماعية المحدودة التخصص كما أصبح أيضا مفتاحا لمفهوم التكامل في الدراسات الإنسانية، فمفهوم القيم يعمل كقنطرة أو كحلقة اتصال تربط كثيرا من مختلف الدراسات المتخصصة بعضها ببعض، فهو يربط دراسة علم النفس التجريبي عن الإدراك بدراسة تحليل الإيديولوجية السياسية، كما يربط دراسات الميزانية في الاقتصاد بالنظرية الجمالية وفلسفة اللغة، وكذلك يربط أدب اللغة بثورات الشعوب.²

أما القيمة في الاصطلاح فيصعب الوقوف على الدلالات الاصطلاحية للقيمة وما تتضمنه من معاني عند من يستعملونها كافة، فالقضية القيمية شائكة المسائل كثيرة التفريعات، تضرب أصولها التاريخية إلى ما يزيد عن ألف وخمسمائة سنة، ذكرت في مداورات الفلاسفة وكانت إحدى قضاياهم المهمة التي درسوها وخاضوا فيها تنظيرا و تأطيرا وبغض النظر عن مذهب الفلاسفة ورؤياهم، تبقى القيمة قضية الإنسان الأولى، ومنطلق تفكيره، ومحط تأملاته، فجوهر الوجود الإنساني يقوم عليها، ويؤسس حولها، إذ لا معنى لحياة الإنسان بلا قيم تحكم تفاعله مع عوالم الأفكار والأشياء من حوله، وعندما يتجرد الإنسان من قيمه الفاضلة فإنه يتجرد في واقع الأمر من حقيقة إنسانيته ووجودها ونظرا لأهمية القضية القيمية سواء في بعديها التنظيري الفلسفي أم في حقيقة واقعها ووجودها العملي فقد تناولها العلماء الدارسون بالتحليل والتفسير والبيان الأمر الذي تمخض عنه وجهات نظر متعددة، شارك فيها الفلاسفة والتربويون وعلماء الاجتماع والسياسة، وكان خلاصة ذلك هائلا من المعرفة والفلسفة والنظريات

¹ - دومينيك فوكشير، المذاهب الفلسفية الكبرى: من سؤال المعرفة إلى سؤال القيم، تر: مروان بطش، المؤسسة الجامعية للنشر، 2015، ص 25.

² - المرجع نفسه، ص 29.

واختلاف حول القيم وطبيعتها، ما بين مضيق لدالاتها أو موسع لها، ففي الوقت الذي رأى بعضهم أن القيم لا تعدوا "مجرد اهتمامات أو رغبات غير ملزمة" رأها آخرون أنها تتسع لتكون "معايير مرادفة للثقافة ككل"، وأنها "تلك الأشياء (نشاطات، خبرات،... إلخ) التي بتوازنها يتحقق الوجود الإنساني"¹.

وحتى لا نقحم أنفسنا في هذا المخاض الصعب، وبخاصة أننا هنا بصدد تعريف القيم فقد رأينا أن نعرض لأهم التعريفات التي تناولت مفهوم القيم دون التعرض لتفصيل مفهوم القيمة في مجالات العلوم، كما عهد ذلك عند كثير من كتب في القيم، حيث تناولوا معنى القيم في علم الاقتصاد، والفلسفة وعلم الاجتماع وعلم النفس بشكل منفصل، وفيما يأتي بيان ثلاثة اتجاهات رئيسية تم التعامل معها لتوضيح مفهوم القيمة وهي :

➤ النظر إلى القيم باعتبارها مجموعة من المعايير التي تحكم بها على الأشياء بالحسن والقيح.

➤ النظر إلى القيم باعتبارها تفضيلات يختارها الفرد .

➤ النظر إلى القيم باعتبارها حاجات، ودوافع واهتمامات واتجاهات ومعتقدات ترتبط بالفرد.

➤ الاتجاه الأول : القيم مجموعة المعايير والمقاييس التي يحكم بها على الأشياء من حيث الحسن

والقيح

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن القيم عبارة عن معايير محددة يمكن من خلالها إصدار حكم على الأشياء والتصرفات من حيث كونها جيدة أو سيئة، ومقبولة أو مرفوضة، وحسنة أو قبيحة، ومن التعريفات الموضحة لذلك ما يلي²:

- تعريف (شافر وسترونغ): "القيم هي المقاييس والمبادئ التي نستعملها للحكم على قيمة الشيء، وهي المعايير التي نحكم من خلالها على الأشياء (الناس، والأغراض، والأفكار، والأفعال، والمواقف)، بأنها جيدة وقيمة ومرغوبة، أو على العكس من ذلك بأنها سيئة ومن غير قيمة أو قبيحة".

- تعريف (الشافعي): "القيم هي مجموعة من المعايير والمقاييس، المعنوية بين الناس، يتفقون عليها فيما بينهم ويتخذون منها ميزانا يزنون به أعمالهم ويحكمون به على تصرفاتهم المادية والمعنوية".

- تعريف (كاظم): "القيمة عبارة عن مقياس أو مستوى أو معيار نستهدفه في سلوكنا، وينظر إليه على أنه مرغوب فيه أو مرغوب عنه".

- تعريف (عبد الحميد والخضري): "القيمة عبارة عن مفهوم أو تصور ظاهرة أو ضمني يميز الفرد أو خاص بجماعة لما هو مرغوب فيه وجوبا يؤثر في انتقاء أساليب العمل ووسائله وغاياته".

¹ - منى كشك، القيم الغائبة في الإعلام، دار فرحة، القاهرة، 2003، ص 11.

² - عبد الوهاب جعفر، فلسفة الأخلاق والقيم، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2013، ص 22 - 24.

- تعريف (أبو العينين): "القيم هي مجموعة من المعايير والأحكام تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية بحيث يمكنه من اختيار أهداف وتوجهات لحياته، يراها جديرة بتوظيف إمكانياته، وتتحسد خلال الاهتمامات أو الاتجاهات أو السلوك العملي أو اللفظي بطريقة مباشرة وغير مباشرة".

➤ الاتجاه الثاني: تفضيلات يختارها الفرد¹

ينظر هذا الاتجاه إلى القيم نظرة فيها درجة كبيرة من العمومية، حيث ربط الباحثين بين القيم والتفضيلات التي يختارها الفرد، فتفضيلاتنا للأشياء هي في حقيقتها قيمنا التي نتمثلها، ونحن عندما نميل إلى سلوك ما نختاره فإن مبعث ذلك إنما يكمن في تفضيلنا له على غيره من أنماط السلوك الأخرى، وذلك لاعتقادنا بأن هذا التفضيل إما أن يكون إيجابيا بأن يجلب لذة، أو سلبيا يدفع الألم كما قرر ذلك (ثورندايك) بقوله: "إن القيم هي مجموعة من التفضيلات المبنية على شعور الإنسان باللذة أو بالألم، وهذان يعدان المحكمين الرئيسيين للحكم على القيم وتكونها، فتمسك الإنسان بالقيم مناط إما بتحقيق لذة أو بدفع ألم، أما ما سوى ذلك فإنه يكون عدم القيمة على الإطلاق".

وقد تمسك بهذا الاتجاه (موريس) الذي وصف القيم بأنها: "علم السلوك التفصيلي" إذ أن أي سلوك للفرد يمثل تفضيلا لمسلك على الآخر، والمسلك المختار هو الأحسن والأكثر قبولا، والأكثر أهمية في نظر الفرد، وطبقا لتقديره وإدراكه للظروف القائمة في الموقف، فبالقياس إلى المسالك تعبر القيم دائما عن أفضل أحكامه وأحسنها في العمل في مواقف الحياة ومعنى ذلك أن الفرد يستعملها كلما اختار مسلكا أو كلما اتخذ قرارا يفضل به مسلكا معينا من بين عدة بدائل، لأن مختارات أحكامه وموازاناته بين عدة مميزات، وقراراته للعمل مسائل دائمة، تواجهه باستمرار في كل وقت وفي كل خبرة من خبرات حياته".

ورأى (باير) و(توفلر) أن " في القيم التي يتبناها الأشخاص عوامل مهمة ومحددة لسلوكهم، فعندما يؤدي المرء سلوكا معينا أو يختار مسارا منفصلا له على سلوك أو مسار آخر، فإنه يفعل هذا وفي ذهنه أن السلوك أو المسار الأول يساعده على تحقيق بعض من قيمه أفضل من السلوك الآخر".

كما أبد هذا الاتجاه (هالستد) الذي عرف القيم بأنها: "المبادئ والمعتقدات الأساسية والمثل والمقاييس أو أنماط الحياة التي يعمل مرشدا عاما للسلوك أو نقاط تفضيل في صنع القرار أو لتقويم المعتقدات والأفعال والتي ترتبط ارتباطا دقيقا بالسمو الخلقى والذاتي للأشخاص".

¹ - فوزية دياب، مرجع سبق ذكره، ص 22-23.

➤ الاتجاه الثالث: القيم حاجات ودوافع، واهتمامات واتجاهات ومعتقدات

يمثل هذا الاتجاه نظرة علم النفس للقيم بالخصوص علماء النفس الاجتماعي الذين يحددون نظرتهم للقيم في سمات الفرد واستعداداته واستجاباته فيما يتصل بالآخرين، وعليه فهم يختلفون عن علماء الاجتماع الذين يتعاملون مع القيم الجماعية، إذ يركزون على القيم الفردية ومحدداتها سواء أكانت نفسية أم اجتماعية أم جسمية وهذا ما يجعل نظرتهم للقيم نظرة مرتبطة بالفرد فتراهم يربطون بين القيم والحاجات، والدوافع والاهتمامات والمعتقدات، والسلوك والسمات والاتجاهات.

وقد يكون هذا الاتجاه أعم اتجاهات تعريف القيم وأكثرها تفرعاً وتداخلاً مع المفاهيم النفسية المختلفة التي ترتبط بعلاقة ما مع القيم ولكنها تمثلها تمثيلاً تاماً، الأمر الذي يتطلب منا أن نقف مع هذه المفاهيم وقفة متأنية من خلالها بعض مدلولاتها منوهين إلى نقاط الاتفاق بين مفهوم كل منها ومفهوم القيمة.

- القيمة والحاجة¹:

تعرف الحاجة بأنها إحساس الكائن الحي بافتقار شيء ما وقد تكون داخلية أو خارجية وينشأ عنها بواعث معينة ترتبط بموضوع الهدف (الحافز)، وتؤدي الاستجابة لموضوع الهدف إلى خفض الحاجز، وتأخذ هذه الأهداف والحاجات شكلاً متدرجاً، ومرتباً حسب الأهمية بالنسبة للفرد.

وقد اعتبر بعض العلماء من أمثال (مايلو) أن مفهوم القيمة مكافئ لمفهوم الحاجة، كما تصور بعضهم أن للقيمة أساساً بيولوجياً يقوم على الحاجات الأساسية للفرد، إذ لا يمكن أن توجد قيمته لدى الفرد إلا إذا كانت لديه حاجة معينة يسعى إلى تحقيقها أو إشباعها، فالحاجات الأساسية هي التي تحدد للفرد إختياراته فهي "قيم بيولوجية أولية" تتحول فيما بعد، ومع نمو الفرد، إلى "قيم اجتماعية".

ومن جانب آخر يفرق بعض العلماء بين الحاجة والقيمة إذ يرون أن القيم تحتوي أو تتضمن تمثيلات معرفية لحاجات الفرد أو المجتمع لذلك هي تختص بالإنسان وحده، دون سائر الكائنات، في حين توجد الحاجات لدى جميع الكائنات الحية من إنسان وحيوان.

➤ القيمة والدافع²:

يعرف الدافع بأنه حالة شعورية تدفع الكائن الحي نحو هدف معين وهو أحد المحددات الأساسية للسلوك وعلى هذا يمكن المقارنة بين القيمة والدافع باعتبار نوع الهدف في كل منهما، حيث إن الهدف في القيمة من النوع المطلق ويتسم بالوجوب، فيقول الفرد في التعبير عن قيمة الصدق مثلاً: "يجب علي أن أقول الصدق" أما عندما يعبر عن

¹ - محمد أحمد بيومي، القيم وموجهات السلوك الاجتماعي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2006، ص 123.

² - أحمد محمد الزعبي، أسس علم النفس الاجتماعي، دار زهران، 2013، ص 23.

الدافع للصدق فيقول: "أريد أن أقول الصدق"، ووفق بين من يرى الصدق واجبا مطلق عليه الالتزام به وبين من يبحث عن دافع يدفعه للصدق .

ويفرق بين القيمة والدافع كذلك على أساس أن القيمة تسبق الدافع فهي الأساس التي تشكل في إطارها الدوافع فالدافع يتولد عن قيمة معينة تمثل نظاما لتوحيد السلوك وإعطائه معنى وتبريرا معينا، وفي حالة عدم وجود القيمة لا يوجد الدافع، فمثلا ما الذي يدفع الإنسان للأمانة ويوجه سلوكه نحوها؟ إنها منظومة القيم الفاعلة التي تؤطر السلوك وتعطيه التبريرات والتصورات التي توجهه نحو سلوك قيمي محدد يتسم بالأمانة .

- القيمة والاهتمام¹:

رأى بعض الباحثين أن القيمة هي أي موضوع تهتم به أو تميل إليه، ومن أنصار هذا الاتجاه الفيلسوف الاجتماعي (بري) الذي يرى أن القيمة هي "أي اهتمام بأي شيء"، فإذا كان الشيء موضع اهتمام فإنه حتما يكتسب قيمة، ومضمون كلام (بري) يبقى أن تكون قيمة الشيء كامنة وكائنة فيه فعلا و تعبر عن طبيعته وهو بذلك يعارض ما تقرره النظريات الموضوعية التي ترى أن قيمة الشيء موضوعية مستقلة عن ذات الإنسان ومشاعره، وأنها تحدد بمعزل عن خبرة الإنسان في حياته الواقعية، ولذلك فإن القيم كما ترى الفلسفة المثالية أو الواقعية، ثابتة لا تتغير ومقولة (بري) فنتفق مع اتجاه الفلسفة الواقعية التي ترى أن قيمة الأشياء ليست كائنة فيها، وإنما هي مجرد شعور ذاتي أو تقدير ذاتي ينبع من ذات الشخص المتفاعلة مع خبرته وواقعة، وقد قال (بري) مقولته هذه ضمن نظريته المعروفة "بالنظرية العامة للقيمة"، فالعقل البشري يقبل أشياء ويرفض أشياء أخرى، والقبول والرفض يتضمنان معان كثيرة كالموافقة وعدمها، والحب والكره، والرغبة والنبذ... ولكل هذه الخصائص الشاملة للحياة الوجدانية التي توصف بأنه حالات أو اتجاهات أو ميول أو أفعال للقبول أو الرفض لكل هذه الحالات يقترح (بري) اصطلاح "اهتمام"، فالاهتمام يعد في رأيه السمة المميزة والخاصية الدائمة في القيم جميعها. وفي مقابل ذلك فرق بعض العلماء بين هذين المفهومين "القيمة والاهتمام" واعتبروهما شيئين مختلفين تماما وذلك للفروق الجوهرية الآتية بين كلا المفهومين:

- الاهتمام عبارة عن ميل نحو أشياء يشعر الفرد اتجاهها بجاذبية خاصة في حين تمثل القيم آراء وتفصيلات تتصل بموضوعات اجتماعية.
- الاهتمام يتعلق غالبا بالتفصيلات المهنية في حين تشير القيمة إلى الموضوعات الاجتماعية والسياسية والدينية الأخلاقية.
- الاهتمام هو احد مظاهر القيمة، وعليه فمفهومه أضيق من مفهومها، وهو لا يتضمن نوعا من أنواع السلوك المثالية أولا يشكل غاية من الغايات، ولا يمثل معيارا له صفة الجوب كما في القيمة.

¹ - المرجع نفسه، ص ص 25-26.

ليس من السهل تقديم تعريف متفق عليه بين العلماء لكلمة الاتجاه فحالته مشابهة لحالة القيمة في هذا الصدد، روما يلازم كلمة "الاتجاه" من اختلاف في تحديد مفهومه أكثر مما يلازمها من مظاهر الإتفاق، فقد أشارت نتائج دراسة (أجزين وفيشباين) لأنه يوجد ما يقارب (500) تعريف إجرائي للإتجاه مختلفة عن بعضها وأنه في 70% من (200) دراسته تم تعريف الاتجاه بأكثر من معنى، وأنه بناء على اختلاف التعريفات المختلفة التي استخدمتها تلك الدراسات اختلفت النتائج إلى درجة التعارض في كثير من الحالات. لكن الشيء المتفق عليه أن الاتجاه مكونات ثلاثة هي: المكون المعرفي، والوجداني والسلوكي، ويتم توضيحها كما يلي:

- المكون المعرفي: ويشتمل على معتقدات الفرد، وأفكاره وتصوراتهِ ومعلوماته على موضوع الاتجاه .
 - المكون الوجداني: ويشير إلى مشاعر الفرد وانفعالاته نحو موضوع الاتجاه.
 - المكون السلوكي: ويشير إلى استعداد الفرد للقيام بأفعال واستجابات معينة تتفق مع اتجاهه.
- من هنا كانت العلاقة وثيقة بين القيمة و الاتجاه، ومن أبرز مظاهر الاتفاق بينهما ما يأتي :
- تتفق القيمة والاتجاه من حيث المكونات الثلاثة المعرفية والوجدانية والسلوكية.
 - ترتبط القيمة والاتجاه بالسلوك حيث يصدر عنهما سلوك إيجابي أو سلبي نحو موضوع معين .
 - تتضمن القيمة والاتجاه إصدار أفكار تقييمية محددة تجاه موضوع ما .

ومن ناحية ثانية يظهر أن بين القيمة والاتجاه فروقا أساسية منها :

- العموم والخصوص : فمفهوم القيمة أعم وأشمل من مفهوم الاتجاه، ذلك أن القيمة لها صفة العمومية فهي تعبر عن اتجاهات مركزة أو شاملة، وتتكون من مجموعة الاتجاهات المترابطة فالقيمة قد تتضمن مائة الاتجاهات الفرعية، فنحن نجد عند الفرد عشرات القيم في حين نجد عنده آلاف الاتجاهات الممثلة لهذه القيم فمثلا قيمة "العلم" تتجسد عند الفرد في مجموعة من الاتجاهات منها: الاتجاه نحو القراءة والاتجاه نحو المدرسة والاتجاه نحو المعلم والاتجاه نحو طلب العلم، والاتجاه نحو البحث والاتجاه نحو التعلم الذاتي... وغيرها.
- فالاتجاه كما يقول (بيتي) ورفاقه: "الوحدة الأساسية التي تتكون منها القيمة، وذلك يعني أن طبيعة القيم من طبيعة الاتجاهات، ويعتمد وجود القيمة على تكوين عدد من الاتجاهات نحو موضوعات ذات صلة، فأى تغيير في أحد الاتجاهات التي ترتبط بقيمة معينة سيؤدي إلى تغيير في الاتجاهات التي تتكون منها هذه القيمة، ولذلك قلنا إن القيمة عبارة عن اتجاه مركزي "

¹ طارق كمال، علم النفس والقيم، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2008، ص ص 14-17.

- الغاية والوسائلية: حيث تمثل القيمة غايات نهائية تتسم بالتحريد والرمزية في حين يمثل الاتجاه هدف وسائلي أقل تجريدا ورمزية ومعنى ذلك أن القيمة تعد غاية في حد ذاتها يسعى إليها الفرد أو يكرهه، فينظر إلى الحرية باعتبارها قيمة عندما يسعى إليها الفرد ويعدها غاية نهائية مجردة يمثّلها في سلوكه، وينظم إليها كالاتجاه عندما يحب الفرد بعض مظاهرها كمحبته لتقبل وجهات نظر تختلف مع رأيه وتوجهه.

- الثبات والتغير: فالقيم أكثر ثباتا من الاتجاهات، وذلك لطبعتها المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تعززها الموروثات الثقافية والاجتماعية، ولأهميتها في بناء شخصية الفرد وسلوكياته تجاه الكون والإنسان والحياة، فالقيم تقوم على مجموعة من المعتقدات الراسخة تتعلق بشكل من أشكال السلوك، أو غاية من الغايات التي اكتسبها الفرد خلال ما مر به من خبرات تعليمية طويلة حتى تعمقت في نفسه وأصبحت جزءا من ذاته، يتحدد في إطارها سلوكه ومعرفته ووجدانه نحو حقائق الوجود الكبرى، ومن هنا فهي صعبة التغيير وبطيئة الاكتساب فليس حين تشكل الاتجاهات لدى الفرد من خلال ما يواجهه من مواقف وهي تتغير بتغير ما يكتسبه من خبرات وما يمر به من تجارب.

- القيمة والمعتقد¹:

ذهب بعض الباحثين إلى اعتبار القيم مجموعة من المعتقدات يتمسك بها الأفراد والمجتمع ويحكمون من خلالها على الأشياء بالقبح أو الحسن، ومن التعريفات المقدمة في هذا المجال ما يأتي:

- "مجموعة من المعتقدات يعتقدونها أفراد المجتمع تتعلق بما هو حسن أو قبح، أو ما هو مرغوب فيه أو مرغوب عنه".

- "المعتقدات والاتجاهات والمشاعر التي يفخر بها الفرد ويعلن عنها، والتي اختيرت بتفكير من بين عدة بدائل، والتي تنطبق بصورة مكررة"

وفي مقابل ذلك يفرق بعض الباحثين بين القيم والمعتقدات كما يأتي:

- القيم تشير إلى الحسن مقابل السيئ؛ أما المعتقدات فتشير إلى الحقيقة مقابل الزيف.

- المعارف في القيم تتميز عن باقي المعارف الأخرى بالخاصية التقويمية، حيث يختار الفرد في ضوء تقويمه ما هو منفصل أو غير منفصل بالنسبة له، فهي ليست مرادفة للمعتقدات وإنما تدور حول المعتقدات التي يتبناها الفرد.

¹ - المرجع نفسه، ص 30-31.

ونستج مما سبق أن ما يصح لنا أن نطلق عليه "قيمة" يتضمن ثلاث عمليات هي¹:

■ عملية الاختيار :

وفيها يختار الفرد مجموعة من المعتقدات أو التصورات حول الأشياء والمواقف، ويجب أن تحقق عملية الاختيار القيمي المتطلبات الآتية :

- حرية الاختيار : حيث يختار الفرد قيمه بحرية دون إكراه بما يجعل القيمة فاعلة في توجيه حياة الإنسان وتحديد مساراته واتجاهاته، ذلك أننا إذا أردنا للقيم أن تكون مؤثرة في السلوك وثابتة فيه فلا بد أن يختارها الفرد نفسه وبحرية تامة، وفي المقابل نشاهد أن القيم المفروضة على الإنسان بالإكراه سرعان ما تزول وتتلاشى وبخاصة إذا فقد مصدر الإكراه والمراقبة، وتعبير آخر، عندما يشعر الفرد بأنه اختار قيمة بحرية وفاعلية فإنه يتمسك بهذه القيم ويشعر بأنها أساسية في حياته.

- الاختيار من بين البدائل : فمفهوم القيم يؤسس على اختيارات يقوم بها الفرد، ولا يتحقق الاختيار إلا مع وجود بدائل مختلفة يختار منها الفرد، وإلا فقد الاختيار معناه الحقيقي.

- الاختيار بين البدائل بعد التأمل والتفكير في نتائج كل منها : وهذا يعني أن يتم اختيار بديل ما على قاعدة راسخة من الفهم والتدبر والتفكير في النتائج والعواقب، مما يجعل القيمة توجه حياة الفرد بذكاء وفاعلية، فلا قيمة التي تقوم على الفهم الفكري والعقلي للبدائل، وللنتائج والعواقب المترتبة على كل بديل تجعل عملية الاختيار عملية عقلية فكرية عميقة الأبعاد في حياة الفرد، مؤثرة في سلوكه وفي توجيه حياته، فهو يسلك مسلكا محددًا أو يختار موقفا معينا بناء على فهم ووعي كاملين لما يسلك أو يختار.

■ عملية التقدير :

وفيها يغير الفرد وجدانيا وانفعاليا اختياراته ويكون سعيدا بها ومحترما لها، يشعر بأهميتها وفعاليتها في تقدير ذاته وتقدير آماله وطموحاته، وتتضمن هذه العملية ما يأتي :

- الاعتراف بالقيمة : وتعني الشعور بتقدير القيمة، والاعتزاز بها وتثمينها واحترامها والتمسك بها والسعادة بتحققها في ذاتنا والحكم عليها بصورة إيجابية فاعلة كموجه لنا في الحياة .

- إعلان القيمة : عندما يختار الفرد قيمة بحرية بعد النظر في البدائل وإدراك نتيجة كل بديل منها، وعندما يكون معتزا ومقدرا لما اختار فإنه يشعر بالفخر والسرور بقيمه، ولذلك فهو يعلن عنها ويظهرها ويجب أن يعرف الآخرون ما يمتلكه من قيم، بل قد يميل إلى الافتخار بها.

¹ - المرجع نفسه، ص 33-35.

■ عملية تمثل القيم والسلوك بمقتضاها:

فلا تكون القيم بلا سلوك يمثلها ويعبر عنها، فالقيمة لا بد أن تظهر في أفعال صاحبها وتحكم مناحي حياته المختلفة فيعرف بها وتشعر عنه، وذلك يتضمن:

- تمثل القيمة: فعندما تكون لدى الفرد قيمة ما فإن ذلك يتطلب أن تظهر في كل بُعد من أبعاد حياته وفي سلوكه، فهو قد يقرأ عنها، وقد يكون صداقات مع من يحملون تلك القيمة، وقد يشارك في الهيئات التي تولد قيمه وتدافع عنها، وقد ينفق المال من أجل دعمها ونشرها، فمثلا نلاحظ أن من يمثل "قيمة حقوق الإنسان" يتعمق في معرفة تلك الحقوق، ويؤيد الهيئات والمنظمات الوطنية التي تدافع عنها.
- وباختصار حتى تكون القيمة حقيقية فإن ذلك يعني أن الحياة نفسها يجب أن تتأثر بها، أما ما ليس له فعل في الحياة العملية فليس من القيم في شيء لأنه بلا قيمة، إن لإنسان الذي يتكلم عن حقوق الإنسان ولكنه لا يفعل شيئا تجاهها فإن مجرد متكلم لا يصح لنا أن نصفه بأنه يتمثل هذا القيمة.
- التكرار والثبات: وعندما يمتلك الفرد قيمة ما فإن ذلك يعني أن تؤثر هذه القيمة في مواقف حياته المختلفة وأن تتكرر وتثبت في مظاهر سلوكه المتعددة في أماكن وأوقات مختلفة، والسلوك الذي يظهر مرة واحدة ثم يختفي لا يمثل قيمة لأن القيم تتصف بالثبات، كما أنها تؤثر تفاعلات الحياة بإطار معين يصعب تغييره.

3. إجرائيا: القيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية، ويكون مصدرها في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم، فالقيمة ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين.¹ وبهذا تكون القيم في هذه الدراسة تحمل العناصر المعنوية التي ترتفع بالشباب في استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي ويكون مرجعها الدين، والتي يحاول الشباب الجزائري الارتباط بها افتراضيا كمحاولته الارتباط بها واقعيًا، ليحسد اقترابات لتلك العناصر المعنوية في سلوكيات استخداماتية داخل هذه الشبكات الاجتماعية.

II. الثقافة:

1. لغة: يشتق المفهوم اللغوي لكلمة ثقافة من الفعل الثلاثي "ثَقَفَ" أو "تَقَفَ" بمعنى حذق أو مهر أو فطن، أي صار حاذقا ماهرا فطنا، فهو ثَقْفٌ وقد تَقَفَ ثَقَافَةً، وتَقَفَ الشيء أقام المعوج منه وسواه، وتَقَفَ الإنسان أدبه وهذبه وعلمه². ويقول ابن دريد: "تَقَفْتُ الشيء حذقته"، وفي حديث الهجرة "هو غلام شاب

¹ - عبد الرحمان عزي، مرجع سبق ذكره، ص 106 - 108.

² - ابن منظور، ج 9، مرجع سبق ذكره، ص 19.

لَقَنْ تَقْفَ*، أي ذو فطنة وذكاء، والمراد أنه ثابت المعرفة بما يحتاج إليه، والعلامة فريد وجدي يقول في دائرة المعارف القرن العشرين في المجلد الثاني: "تَقْفَ يَتَقَفُ تَقَافَةً، فطن وحدث، وتَقْفَ العلم في أسرع مدة أي أسرع أحذه، وتَقْفَ يَتَقَفُهُ تَقَفًا، غلبه في الحذر والتثقيف: الحاذق الفطن". والقواميس الحديثة تقول: "تَقْفَ تَقَافَةً: صار حاذقا خفيفا، وتَقْفَ الكلام فهمه بسرعة"¹.

وأول من استعمل كلمة ثقافة هو العلامة (عبد الرحمان ابن خلدون) في معناها الثقافي العام وعلاقاته الاجتماعية في ذلك، ويعني بها المعرفة المدنية المكتسبة من خلال نمط العيش العمراني المستقر إذ يقول ابن خلدون: "وإذا ألفوا العيش. . . لم تعد تفرق بينهم مع العامة من الناس إلا بالثقافة والشارة"².

ولم تستعمل كلمة ثقافة CULTURE في اللغة الفرنسية للدلالة في أول الأمر على الملكات العقلية، بل كان استعمالها جاريا في فلاحه الأرض وهو معناها الأصلي -CULTURE-CULTURABLE-، لكن استعمالها العقلي سار مجازيا ليدل فيما بعد على خصوبة الإنتاج العقلي حين تعاضم مع مطلع عصر النهضة، وتدل في معناها الانجليزي كمرادف لمعنى الحضارة³.

2. اصطلاحا: قد أعطى عالما الانثربولوجيا الأمريكيان (كروبير) و (كلوكهون) ما لا يقل عن 160 تعريفا للثقافة قاما بفرزها على سبعة أصناف: وصفية، وتاريخية، وتقييمية، وسيكولوجية، وبنوية وتكوينية، وجزئية غير كاملة⁴.

فمفهوم الثقافة قد أطلق العنان لعلماء الاجتماع والانثربولوجيا لتعميق المفهوم والتوسع فيه من خلال دراسات وبحوث ميدانية لثقافات شتى، وكان ذلك على يد (راد كليف براون)، و (ماكس فيبر)، و (ماركس)، و (ادوارد تايلور).... هذا الأخير الذي يحسب له التعريف الكلاسيكي للثقافة بأنها: " ذلك الكل المركب الذي يشتمل على المعرفة والمعتقدات والفنون والأخلاق والقانون والعرف، وغير ذلك من الإمكانيات والعادات التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضوا في المجتمع"⁵.

*- رواه البخاري.

¹ - مالك بن نبي، مرجع سبق ذكره، ص19.

² - شرفي رحيمة، الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد: 11، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، جوان 2013، ص 191.

³ - عدنان عبد القادر، منابع الفلسفة، دار المنابع للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2000، ص 05.

⁴ - A.L KROEBER and CLY KLNKOHON , culture ; a cuitical review of concepts and definitions , withe the assistance of wayre unttereiner and appendices by alfred g meyer , vintag books ; no v -226 , vintag books , new york , 1952 ,p13.

⁵ - الصاوي علي السيد، نظرية الثقافة، دار المعرفة للطباعة والنشر والتوزيع، الكويت، 1997، ص 09.

إن هذا التعريف الذي هو أقرب للوصف، نقل الثقافة إلى مستوى الوقائع الاجتماعية التي يمكن ملاحظتها مباشرة في فترة زمنية محددة، كما يمكننا تتبع تطورها وهذا ما فعله تايلور نفسه.

ومنذ ذلك الحين طرحت العشرات من التعريفات بحيث أصبحت القائمة طويلة جدا، ويمكن القول أن هذا التعدد والتنوع في تعريفات الثقافة إنما يعكس في حقيقته تعدد الخلفيات والأطر الاجتماعية والمعرفية التي ينطلق منها هؤلاء الباحثين في تحديدهم وتعريفهم للثقافة، وبالتالي فإن أغلب هذه التعريفات بقيت أسيرة المنظومة الفكرية للباحث وعكست طبيعة انتماءاته واهتماماته. فمن الطبيعي أن يركز كل عالم يمثل تخصصا معينا على مجالات معينة، وان يعطي ثقلا لظواهر من الثقافة دون أخرى، بحسب ما ينصرف إليه اهتمامه النابع من تخصصه¹.

ولعل أبسط التعريفات وأحدثها تعريف (روبرت بير ستد) الذي ظهر في أوائل الستينيات والذي يعتبر " الثقافة هي ذلك الكل المركب الذي يتألف من كل ما نفكر فيه، أو نقوم بعمله أو نتملكه كأعضاء في المجتمع"²، إلا أن تعريف (غي روشيه) أكثر شمولا، وهو استفاد قبل وضعه من كل التعاريف الأخرى ويقدمه على الشكل التالي: " الثقافة هي مجموعة من العناصر لها علاقة بطرق التفكير والشعور والفعل، وهي طرق صيغت تقريبا في قواعد واضحة والتي اكتسبها وتعلمها وشارك فيها جمع من الأشخاص، تستخدم بصورة موضوعية ورمزية في آن معا، من أجل تكوين هؤلاء الأشخاص في جماعة خاصة ومميزة"³. ومن الواضح أن هذا التعريف استعان بصيغة دور كايم " طرق التفكير والشعور والعمل"، وهي صيغة أكثر شمولا وتركيبا من تعداد تايلور، ومن جهة أخرى فإنها أكثر وضوحا من صيغة "طريقة في الحياة" والشائعة في كثير من التعريفات، والاهم من ذلك أن هذا التعريف سيجب لنا أن نلقي الأضواء على الخصائص الأساسية التي يتفق علماء الانثروبولوجيا والاجتماع على الاعتراف بها للثقافة.

ولا بد من الإشارة إلى بعض التعريفات ذات الطابع الشمولي والتي لا تركز على جانب واحد فقط من جوانب الثقافة، فالتعريف الماركسي للثقافة من هذا النوع، فهو يعتبرها شاملة " كل القيم المادية والروحية ووسائل خلقها واستخدامها ونقلها، التي يخلقها المجتمع من خلال سير التاريخ"⁴، ويمتاز هذا التعريف بأنه يحدد بوضوح أهم مكونات الثقافة، فهو يرى أن الثقافة ظاهرة تاريخية، كما انه يربط بين الثقافة والمجتمع الذي تنشأ فيه، ويعطي تفسيراً لنشأة الثقافة وتغيرها على الرغم من أنه يغلب التفسير المادي والبعد الطبقي للثقافة.

¹ - سامية حسن الساعاتي، الثقافة والشخصية: بحث في علم الاجتماع الثقافي، ط2، دار النهضة العربية، بيروت، 1983، ص34.

² - ROBERT BIERSTED , the social order an introduction to sociology , 2 ed , mcgraw hill , new york, 1963 , p 17.

³ - غي روشيه، مقدمة إلى علم الاجتماع العام، تر: مصطفى دندشلي، ج2، ط2، مكتبة الفقيه، بيروت، 2002، ص198.

⁴ - عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والاشكاليات ... من الحدائث إلى العولمة، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، فبراير 2006، ص32.

ويتميز تعريف (كروبير و كلوكهون) الشمولي بأبعاد جديدة فهو يعتبر: " أن الثقافة تتكون من نماذج ظاهر وكامنة من السلوك المكتسب والمتنقل بواسطة الرموز، والتي تكون الانجاز المميز للجماعات الإنسانية، والذي يظهر في شكل مصنوعات ومنتجات، أما قلب الثقافة فيتكون من الأفكار التقليدية (المكونة والمنتقاة تاريخيا) وبخاصة ما كان متصلا منها بالقيم، ويمكن أن نعد الأنساق الثقافية نتاجا للفعل من ناحية، كما يمكن النظر بوصفها عوامل شرطية محددة لفعل مقبل"¹، ومن الواضح أن هذا التعريف يمتاز بأنه أكثر شمولاً من التعريف الماركسي، إذ يضم أيضا النظرة السيكولوجية للثقافة، والنظرة البنيوية لها، وتظهر الأولى في قولهما بأن الثقافة مكتسبة، أما الثانية فتبرز من خلال نظرتها للثقافة كنماذج من السلوك.

كذلك يمتاز هذا التعريف بأنه يهتم بديناميكية الثقافة وكيفية انتقالها، وتفسير نشأتها ولا يهمل أن الثقافة إذا ما اخترناها لوجدنا أنها نتاج رموز وأفكار، وهذا عدا عن إبرازها للصلة بين الثقافة والشخصية². وهذا يعني أن الثقافة من خلق الإنسان من ناحية، كما أنها تحدد سلوكه وأفعاله من ناحية أخرى، ولا يهمل هذا التعريف الجانب التاريخي وأهمية القيم بصفة خاصة.

ويرى علماء الانثروبولوجيا بان الثقافة هي " تجريدات مأخوذة من السلوك"، وبينما يعتبر البعض الأشياء المادية (الأدوات والملابس . . .) داخلة في نطاق الثقافة، يرفض ذلك البعض الآخر ويقررون أن الثقافة تقتصر على الأفكار وأنماط السلوك³.

وقد تبني علما الانثروبولوجيا الامريكانيان (كروبير) و (كلوكهون) التعريف الذي يقول بأن " الثقافة تجريد"، ووافقهم على هذا التعريف (بيلز) و (هونجر) اللذان أضافا بان الثقافة هي: " تجريد مأخوذ من السلوك الإنساني الملاحظ حسيا ولكنها ليست هي ذلك السلوك"⁴.

ويضيفان بان الانثروبولوجي لا يستطيع أن يلاحظ الثقافة مباشرة، بل يمكنه فقط أن يرى الأشياء والأشخاص وأفعالهم وتفاعلاتهم. ويوافق على هذا التعريف على الانثروبولوجي الشهير (راد كليف براون)، الذي يعتبر " أن الثقافة لا تعبر عن شيء واقعي محسوس وإنما عن تجريد، وغالبا ما يستخدم كتجرد غامض"⁵، وهو بهذا التعريف يريد أن يدفع نحو الاهتمام بمفهوم البناء الاجتماعي، موضوع الانثروبولوجيا الاجتماعية الذي يتبناه.

¹ -A.L KROEBER and CLY KLNKOHON , IBID , P357.

² - سامية حسن الساعاتي، مرجع سبق ذكره، ص 53.

³ - عاطف وصفي، الانثروبولوجيا الثقافية مع دراسة ميدانية للحالية اللبنانية الاسلامية بمدينة ديريون الامريكية، دار النهضة العربية، بيروت، 1971، ص65.

⁴ - RALPH L.BEALS and HAVYHOINJER , an introduction to anthropology , macnillan , new york , 1953 , p219.

⁵ - عبد الغني عماد، مرجع سبق ذكره، ص 46.

يمكن الاستنتاج أن التعريفات كانت تتطور تبعا لتطور الاتجاهات والمناهج والمقاربات المختلفة، ومع ذلك يمكننا رصد اتجاهين تدرج في إطارهما مختلف التعريفات، الأول اتجاه واقعي يرى أن الثقافة كل يتكون من أشكال السلوك المكتسب الخاص بمجتمع أو جماعة معينة من البشر، والثاني اتجاه تجريدي يرى الثقافة مجموعة أفكار يجردها العالم من ملاحظته للواقع المحسوس الذي يشتمل على أشكال السلوك المكتسب الخاص بمجتمع أو جماعة معينة.

وبما أن العلم سواء أكان اجتماعيا أم طبيعيا لا بد له أن يدرس أمرا محسوسا واقعيا يمكن ملاحظته وقياسه والتعبير عنه كليا كلما أمكن ذلك من خلال التحليل والمقارنة، واستخدام طرق البحث العلمي، فإن الاتجاه التجريدي يبعد الثقافة عن نطاق العلوم، ومع ذلك يدافع (كروبر) بالقول أن مصطلح " الثقافة تجريد " ليس مطروحا بالمعنى الميتافيزيقي لهذه الكلمة، فالتجريد هنا يعني أنها نمط والنمط هو الصورة العامة أو السلوك الذي يتكرر حدوثه في الحالات الفردية للأشياء والأفعال الإنسانية، أي انه يمثل أحد أكثر الأشياء تكرارا في الحالات الفردية، ويمكن قياسه كما نفعل في الإحصاء حين نحدد "المتوسط". والنمط وفق هذا المفهوم مثالي أو تجريدي حسب تعبير (كروبر)¹.

ومع ذلك يعارض (هوايت) هذا الاتجاه التجريدي، ولا يعتبر تلك الأنماط هي الثقافة ذاتها، فالثقافة برأيه هي الحالات الفردية الواقعية². أما الأنماط فهي وسائل علمية يستخدمها العالم في دراسة الثقافة كوسائل تصنيفية مثلما يستخدم عالم الطبيعة تصنيف المعادن " حديد، نحاس، ذهب، فضة.. ". تسهيلا للتمييز بينهما. وتطرح النظرية الرمزية في تعريف الثقافة التي يقدمها هوايتا مكانية التوفيق بين الاتجاهين "الواقعي والتجريدي" من خلال تحليل الثقافة إلى عناصرها الأولى، والتي يسمى الواحد منها العنصر أو السمة الثقافية، وهو العنصر الثقافي البسيط الذي لا يوجد حاجة علمية لتحليله إلى ما هو أبسط منه، والعنصر الثقافي هو حقيقة واقعية يمكن ملاحظتها حسيا، لكنه أيضا قد يكون فكرة، وكل تلك العناصر يجمعها ما يعرف باسم المركب الثقافي.

ونادرا ما تتم تسمية تلك المسائل باستخدام مركب ثقافي أو أنماط، وعادة ما يستخدم اصطلاح نظام أو عادة أو أعراف. والنظم الثقافية المتشابهة في الموضوع والوظيفة تتجمع في نسق واحد (اقتصادي، عائلي، سياسي..) يقوم (هوايت) بتجميع وتصنيف كل الأنساق الثقافية في ثلاثة قطاعات كبرى تتكون منها الثقافة:³

➤ الأفكار والاتجاهات والعقائد الموجودة في عقول الأفراد.

¹ - عبد الغي عماد ، مرجع سبق ذكره، ص 36.

² - LESLIE A , WHITHE , the concept of culture , bobbs merrill , new york , 1959 , p 229.

³ - IBID , P 235.

- الأشياء المادية والمحسوسة التي تعطيها الإنسان معنى محددا، وفي معظم الحالات يكون من صنعه، أو على الأقل يبذل بعض الجهد في إيجاد بصورة جديدة تختلف عن صورة الشيء في الطبيعة.
- العلاقات وخطوط التفاعل والاتصال بين البشر بعضهم ببعض وبين البشر والأشياء.

لا شك في أن هذا التقسيم غير موجود واقعيًا، فنحن لا نشعر به في حياتنا اليومية، فالمركبات الثقافية أو النظم تتداخل فيها الأشياء والأفكار والعلاقات¹.

إلا أن هناك تصنيفًا آخر يعتمد محاور الاهتمام أساسًا له، ويمكن تلخيصه في أربعة اتجاهات²:

- الأول: يقدم مقارنته من زاوية التاريخ الثقافي، وهو اتجاه رسمه (بوزا) الذي اهتم بخصوصيات كل ثقافة وحاول إيجاد الصلات التاريخية والجغرافية بين الثقافات، وهو اتجاه واضح نراه عند تلميذه (هرسكوفيتش) الذي ألح على الاستمرارية التاريخية في الثقافة، ودرس خصوصًا عملية المثاقفة.
- الثاني: يقوم بمقاربة الثقافة من خلال علاقتها بالشخصية، وهو اتجاه رسمه (ساير) وتتصل بهذا الاتجاه على وجه العموم الأعمال الثقافية كأعمال (روث بنديكت) و (مارغريت ميد) وبصورة مغايرة نسيبا (لينتون) حول " الشخصية الأساسية" وهو مفهوم تجريدي يعني مجموعة العناصر التي يتوقع مجتمع معين إلى ترسيخها في الأفراد المنتمين إليه.

➤ الثالث: يعتمد إلى مقارنة الثقافة بالرجوع إلى نظريات الاتصال الحديثة، منطلقًا أساسًا من النموذج اللساني، ويوجد أحسن تعبير عنه في أعمال (كلود ليفي شتراوس).

- الرابع: استند إلى التحليل الوظيفي في مقارنة الثقافة والذي برز على يدي رائده (مالينوفسكي) وهذا التحليل يسمح بتحديد العلاقة بين العمل الثقافي والحاجة عند الإنسان سواء كانت هذه الحاجة أولية أو فرعية، وقد أثار هذا الأمر انتقادات متعددة وخاصة من قبل (ليفي شتراوس) الذي اعتبر وظيفة (مالينوفسكي) قاصرة ولا تتجاوز الإجابة عن سؤال " لماذا؟".

وفي كتابه " الثقة" يستند "فوكوياما" على اجتهادات (كولمان) الخاصة بمفهوم الرأسمال الاجتماعي التي ذكرناها سالفاً، فالثقافة أو الرأسمال الاجتماعي حسب (فوكوياما) هي محصلة من المعارف والقيم هذه المعارف تتوارث في المجتمع يتلقاها الفرد في الأسرة وبذلك تكيف السلوك الفردي والجماعي³.

¹ - عاطف وصفي، مرجع سبق ذكره، ص 79.

² - الطاهر لبيب، سوسيولوجية الثقافة، ط5، دار محمد علي الحامي للنشر، تونس، 1988، ص ص 11-12.

³ - أومليل علي، سؤال الثقافة - الثقافة العربية في عالم متحول -، المركز الثقافي العربي للطباعة والنشر والتوزيع، المغرب، 2005، ص ص 31-32.

وفي الفكر العربي والإسلامي، فقد شغل مفهوم الثقافة حيزاً معتبراً من اجتهاداتهم الفكرية، ونذكر على سبيل المثال لا الحصر تعريف مالك بن نبي للثقافة: "مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته لتصبح لا شعورية تلك العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه، فهي على هذا المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وتشخيصه"¹، وعندما تتكون ثقافة المجتمع فإنها تخلق تاريخه حيث تولد علاقة بين الثقافة والتاريخ إذ ليس ثمة تاريخ بلا ثقافة، فالشعب الذي يفقد ثقافته يفقد حتماً تاريخه².

حيث يرى مالك بن نبي أن الثقافة الحقيقية في وظيفتها الاجتماعية تقوم على مبدأ التبادل المتمثل في الأرقام الاجتماعية والموقف الفردي للفرد وهو مبدأ أخلاقي في صميمه مستوحى من القرآن والسنة، والتحليل الدقيق للثقافة يبين لنا أنها تركيب متآلف للأخلاق والجمال والفن، ويلح بن نبي على ضرورة هذا التركيب المتآلف³.

➤ ثنائية الحضارة والثقافة:

استقطبت هذه الثنائية كتابات كثيرة، وقد احتلت فرنسا وألمانيا صفوحها الأمامية، وعندما ظهر كتاب الفيلسوف الألماني (أوزوالد شبنغلر) "انحطاط الغرب" غداة هزيمة الإمبراطوريات المركزية، حظي بنجاح فوري. والفكرة الأساسية لديه هي أن الغرب قد تخطى مرحلة "الإبداع في الثقافة" إلى مرحلة التفكير العلمي والرفاه المادي المسمى "حضارة" ولذا فإن مستقبل الغرب لن يكون سوى الانحطاط⁴.

وقد فرق مبتدع صيغة "سوسيولوجية الثقافة" (ألفريد فيبر) بين الحضارة على أنها: "جملة المعارف النظرية والتطبيقية غير الشخصية وبالتالي تلك التي يعترف إنسانياً بصلاحياتها ويمكن تناقلها" وبين الثقافة على أنها "جملة من العناصر الروحية والمشاعر والمثل المشتركة التي ترتبط في خصوصياتها بمجموعة وزمن معينين"⁵.

وعلى العموم لم يعر علماء الأنثروبولوجيا والاجتماع أي اهتمام لهذا التمييز الذي بدا لهم تمييزاً وهمياً وموصوماً بصورة خاصة بثنائية غامضة، مستوحى من المعارضة الخاطئة بين الروح والمادة، بين الإحساس والعقلنة، بين الأفكار والأشياء. إن الغالبية العظمى من هؤلاء الباحثين يتجنبون استعمال مصطلح "الحضارة" أو استخدام مصطلح ثقافة بمعنى حضارة، وتعتبر الاثنيتين من الممكن أن تحل إحداها محل الأخرى، وهكذا فإن الأنثروبولوجي الفرنسي (كلود

¹ - مالك بن نبي، مرجع سبق ذكره، ص 23.

² - محمد السويدي، مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته، المؤسسة الوطنية للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 1991، ص 68.

³ - عبد اللطيف عبادة، صفحات مشرقة من فكر مالك بن نبي، دار الشهاب للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 1984، ص 110.

⁴ - عبد الغني عماد، مرجع سبق ذكره، ص 33.

⁵ - لويس دوللو، الثقافة الفردية وثقافة الجمهور، تر: عادل العواظ، منشورات عويدات، بيروت، 1990، ص 39.

ليفني شتراوس) يتحدث عن " الحضارات البدائية متبعا في ذلك مثل تايلور الذي على الرغم من اعطائه أحيانا للاصطلاحين معاني مختلفة، إلا أنه كان يستعمل التعريف الواحد نفسه للثقافة والحضارة"¹.

ومع ذلك قد نجد عند بعض الباحثين المعاصرين تمييزا بين المصطلحين: فبعضهم يستخدم الحضارة لكي يشير إلى مجموعة من الثقافات الخاصة التي بينها تشابه أو أصول مشتركة، وبهذا المعنى يتحدث البعض عن الحضارة الغربية التي تنضوي تحتها الثقافات الفرنسية والانجليزية والألمانية و . . . وكذلك حين الحديث عن الحضارة العربية وفي إطارها الثقافة الجزائرية والمصرية والمغربية و . . . ، فهي بذلك علاقة جزء من كل، وبهذا نرى أن مفهوم الثقافة يرتبط وفق هذا الاستعمال بمجتمع معين ومحدد الهوية، في حين أن مصطلح الحضارة يستخدم ليشير إلى مجموعات أكثر اتساعا وأكثر شمولاً في المكان والزمان².

أما البعض الآخر فيستخدم مصطلح الحضارة للدلالة على المجتمعات التي بلغت درجة عالية من التطور، وتتصف بالتقدم العلمي والتقني والتنظيم المدني والتعقيد في التنظيم الاجتماعي، وهذا الاستعمال يعود بنا إلى أصل الكلمة بمعنى حضر أو تحضر في مواجهة البداوة و الترحال، وهكذا يؤدي هذا الاستخدام إلى مفهوم تطوري، وهو يتضمن بالوقت نفسه شحنة من الأحكام التقويمية التي حملها معه مفهوم الحضارة فترة زمنية طويلة. لذلك نلجأ الآن إلى تعبيرات مثل: التصنيع والنمو والتحديث والثقافة. وعليه فإن هذا الاتجاه يفيد أن كل حضارة ثقافة بمعنى ما، ولكن ليست كل ثقافة حضارة³.

في كل الأحوال ورغم محاولة مفكري القرن 19 الألمان وضع تفرقة صارمة بين الحضارة والثقافة، من خلال التأكيد على أن الحضارة تشمل العوامل المادية والتقنية، والثقافة تحتوي على القيم والمثاليات والخصائص العقلية والفنية الأخلاقية العليا للمجتمع، إلا أن هذه التفرقة لم تحظ بالقبول في أماكن أخرى من العالم. وعلى الرغم من أن بعض الانثروبولوجيين عكسوا العلاقة واستوعبوا الثقافات على أنها خصائص للمجتمعات البدائية، بينما المجتمعات الأكثر تعقيدا، والمتقدمة والديناميكية، تمثل الحضارات، إلا أن هذه الجهود للتمييز بين الثقافة والحضارة لم يكتب لها النجاح ولم تنل نصيبها من التعميم خارج ألمانيا. بل يوجد اتفاق عام مع (برودل) الذي يذهب إلى أنه: " من المضلل أن نأمل على الطريقة الألمانية في فصل الثقافة من أساسها على الحضارة". إن كلا من الحضارة والثقافة يشير إلى نمط الحياة العام للبشر، وما الحضارة إلا ثقافة كتبت بحروف كبيرة. كلاهما يتضمنان " القيم والمبادئ والمؤسسات وأنماط التفكير، التي تعطي لها الأجيال المتعاقبة في مجتمع ما أهمية وأولية". الحضارة بالنسبة إلى (برودل): " فضاء " مساحة

¹ - غي روشيه، مرجع سبق ذكره، ص 135.

² - عبد الغني عماد ، مرجع سبق ذكره، ص 35.

³ - المرجع نفسه، ص 36.

ثقافية" إنها توليف من خصائص وظواهر ثقافية". ويعرفها " والرشتاين" بأنها: " سلسلة متميزة من العادات والبناءات والثقافة ذات الشيوغ الواسع بشقيها المادي والمعنوي، والتي تشكل نوعا من الكيان التاريخي، والذي يتعايش في آن واحد مع مظاهر أخرى متنوعة من هذه الظاهرة"¹.

بينما الحضارة بالنسبة إلى (دور كالم) و(موس) هي: " نوع من البيئة الأخلاقية أو المعنوية تضم في جنباتها عددا معينا من الأمم، تمثل فيها كل ثقافة قومية فقط شكلا معينا من الحضارة ككل"².

أما (شبنلغر) فالحضارة عنده هي: " المصير المحتوم للثقافة . . . وهي أكثر الحالات الظاهرية والاصطناعية التي تكون أجناس من البشرية المتطورة قادرة عليها. . . إنها عصارة الشيء في حالة الكينونة يتبعه الشيء في حالة الصيرورة". يتبين من مختلف وأهم التعريفات أن الثقافة هي الموضوع المشترك في التعريف بأي حضارة³.

إذا الحضارات هي كيانات ثقافية ذات معنى، ليس لها حدود قاطعة أو بدايات ونهايات دقيقة. فالشعوب تستطيع في غالب الأحيان بإعادة تجديد ثقافتها التي تتفاعل وتتداخل مع ثقافات أخرى، لذلك نادرا ما تكون الفواصل أو الحدود في ما بينها جادة، إلا أنها مع ذلك موجودة بكيفية خاصة. الإمبراطوريات تنهض وتؤول إلى الأفول، وكذلك الحكومات والدول، إلا أن الحضارات تبقى وتتغلب على التقلبات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، بل حتى الإيديولوجية. وبينما تبقى الحضارات طويلا، فهي تتطور، إنها ديناميكية، هي تنهض ثم تأفل، وهي تتلاقى وتنقسم، كما يعلم دارسو التاريخ، وهي أيضا تختفي وتدفن في رمال الزمن.

3. إجراءات:

في هذا التعريف الإجرائي سنحاول الربط بين المفهومين "القيم، والثقافة" ليتشكل مفهوم القيم الثقافية، لأن معظم حالات الربط المفاهيمي التي تحاول الجمع بين المفهومين، كانت قد تعاملت معهما بنوع من الاستقلالية والتفرقة وهذا ما رأيناه سابقا، وقد كانت التعاريف التي تم ذكرها سابقا، كان قد عرضها الباحث عبد الرحمان عزي ولم يتعامل معها بنفس المرتبة، فبعد إلمامه بكل مفاهيم الثقافة سواء تلك المرتبطة بالأدبيات الأنثروبولوجية الغربية، أو

¹ - FERNAND BRAUDEL , a history of civilizations , translated by richard mayne , penguin press , new york , 1994 , pp4-5.

² - لويس دوللو، مرجع سبق ذكره، ص 41.

³ - المرجع نفسه، ص 42.

تلك المتعلقة بالكتابات العربية وهي كثيرة والتي عادة ما تعيد إنتاج هذه التعاريف بشكل ليس سيء في بعض الأحيان، يتعرض لها فيما بعد بالدراسة والنقد والتقييم مقدما بعض المآخذ عنها وهي¹:

➤ تبنيها ظاهرة النسبية ، أي أنها لا تعتمد معايير يمكن من خلالها دراسة ثقافة ومقارنتها بثقافة أخرى، وهذا يؤدي إلى تجنب الأحكام القيمية فيها.

➤ الافتراض بأن الثقافة ناتج إنساني ليس إلا، أي أن الثقافة ظاهرة يتم إنتاجها باستمرار في العلاقات الاجتماعية، وتعبير آخر فإن الثقافة حقيقة يتم تأسيسها اجتماعيا، إن هذا الطرح يعتبر الثقافة من صنع الإنسان ولأغراض وظيفية، ومن ثم فالثقافة ظاهرة نسبية ترتبط بالواقع المعاش في زمان معين ومكان مجرد وما يكون وظيفيا في مجتمع قد لا يكون كذلك في مجتمع آخر.

➤ ويلخص المآخذ الأخير في أن هذه التعاريف، تعتبر القضايا المعنوية في الثقافة إما وظيفية أي تؤدي وظيفة ما في المجتمع، أو تبريرية أي تبرر واقعا ما في المجتمع.

يتعامل عزري عبد الرحمان فيما بعد كل مفاهيم الثقافة القديمة والحديثة بنوع من الاستقرائية ثم يقوم بحصر جميع المفردات التي ترد في هذه التعاريف انطلاقا من وحدة المفردة، ثم يحللها وفق المنظور المعياري كما يلي: إن الثقافة هي العادات، التقاليد، المعتقدات، الفلكلور، الأساطير، أنماط الحياة، الفنون والمنتجات المادية، العمران، وهذه المفردات أو الوحدات الصغرى يعتبر ظهورها أو تكرارها عن دلالات معينة في رسم نتائج التحليل، ويعتبر ظهورها أيضا عن وحدة السياق (هنا تعريف الثقافة في السياق) من هذا المنطلق يخضع عزري عبد الرحمان كل مفاهيم الثقافة القديمة والحديثة للعد والقياس على طريقة تحليل المضمون.

ويمكن تحليل هذه المفردات نقديا أو تقلصها في تعبير المنهج الظاهراتي على النحو التالي²:

➤ إن هذه المفردات متداخلة ليست حصرية، فالعادات قد تشمل التقاليد، والحضارة تتضمن العمران، والطقوس أنماطا من الحياة. . .

➤ إن هذه الأخيرة ليست مرتبة وفق نظام من الأولويات، فهل الحضارة في ميزان الأساطير نفسه، وهل الفلكلور في مستوى الحضارة نفسه؟

➤ أنها تستعيد الأحكام القيمية، وهي تقوم في ذلك على مبدأ النسبية القائل بأن لكل مجتمع ثقافته، ولا يمكن تقييم ثقافة انطلاقا من معايير ثقافة أخرى.

¹ - عزري عبد الرحمان، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سبق ذكره، ص 104.

² - المرجع نفسه، ص ص 105-106.

➤ إن هذه التعاريف تستثني وسائل الاتصال كجزء من الثقافة، وبغض النظر عما إذا كانت وسائل الاتصال تعكس الثقافة أو أنها تساهم في تأسيس الثقافة فإنها طرف في المنظومة الثقافية.

وفي منظور عزري عبد الرحمان فإن الثقافة سلم يمثل مستواه الأعلى القيم والقيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدرا للقيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيها القيم، يتبع ذلك أنه كلما ارتفعت الثقافة إلى مستوى القيم ارتبطت بالدين بالضرورة، ويأتي العقل في المرتبة موازية ويمثل نشاطا منطقيًا يتعامل مع المسائل النظرية كالإدراك والفهم والتأويل ويكون هذا النشاط المنطقي منطقيًا بالضرورة إذا كانت وثيقة الصلة بالقيم ومصدر النشاط الذهني هو العقل . ويكون هذا النشاط العقلي المستوى الذي ترتقي به الثقافة إلى الحضارة، فهذا النشاط يولد الآداب والفنون والفكر والمعرفة أي أن الثقافة تتحول إلى حضارة بالنشاط العقلي المتفاعل مع المجال المعنوي والمادي في المجتمع، وقد يكون هذا النشاط مرتبط بالقيم فيكون ترابطيا، وقد يتحرك في مجال لا يتصل بالقيم فيكون غير مترابط، وكلما كان النشاط مترابطا كان مجال النمو المتوازن واسعا، والعكس صحيح، ويأتي في أسفل الثقافة حركة الإنسان وفعله، أي سلوكه. ويكون مصدر هذه الحركة واقع الإنسان المحدود في الزمان والمكان، وأيضا فإن الإنسان قد يكون مرتبطا بكل من النشاط الذهني والقيمي وقد لا يكون، فإن كان الفعل مرتبطا بالنشاط المنطقي كان الفعل منطقيًا، وإن كان مرتبطا بالقيم كان منطقيًا وقيميًا، والقيمة أعلى من المنطق، وإذا فإن الثقافة سلم يتضمن أبعادا ثلاثة: الدين والمنطق والفعل.

ويكون تعريف الثقافة حسب هذا المنظور هو المعيشة للواقع الافتراضي في شبكات التواصل الاجتماعي انطلاقا من القيم، ويكون النشاط المنطقي وسيلة في تحقيق الترابط بين القيمة والسلوك، ويعتبر هذا التعريف معياريا، أي أنه يبين الكيفية التي ينبغي أن تبنى عليها الثقافة، كما أن هذا التعريف يحدد المرجعية التي يمكن أن تدرس بها الثقافة ومستواها.

III. الاستخدام:

1. لغة: خ د م. (مصدر اسْتَحْدَمَ) اسْتَحْدَمُ الْمَرْأَةَ أَوْ الرَّجُلَ بِمَعْنَى اسْتَحْدَمَهَا خَادِمَةً أَوْ خَادِمًا وَاسْتَحْدَمُ آلَةً

بِمَعْنَى اسْتِعْمَالِهَا وَاسْتِحْدَامِ الْعُنْفِ ، كما أن اسْتِحْدَامُ كُلِّ الْإِمْكَانَاتِ يَعْنِي اسْتِعْمَالُهَا¹.

2. اصطلاحاً*: يبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة العامة مفهوما واضحا بسيط المعنى غير ذي حاجة

إلى جهد أو نشاط يتوخى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية له

¹ - ابن منظور، مرجع سبق ذكره، ج 1، ص 157.

* - ينبغي الإشارة هنا إلى أننا سنتعرض لهذا المفهوم - الاستخدام - من وجهة نظر اتصالية خاصة ما يرتبط بالموضوع استخدام تكنولوجيات الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي تحديدا.

تصطدم بمفهوم غامض ومتنوع؛ يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني الداخل في تركيبة هذا المهجين الاتصالي-الانترنت- في حد ذاته¹... فيعرفه (يافيس فرونسوا لوكوياديك) بأنه: " نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام"². وعليه فاستخدام وسيلة إعلامية أو مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديمغرافية والسوسيو-تقنية، والاقتصادية والثقافية للأفراد، فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر سيرورة الاستخدام، ذلك أن العرض هو الذي يقف وراء الاستخدام، حيث يشير الباحث (عبد الوهاب بوخنوفة) إلى أن مفهوم الاستخدام يقتضي أولاً الوصول إلى التقنية أو الوسيلة، بمعنى أن تكون متوفرة مادياً، ثم تأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقته³، والعموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين وتقرير وتحليل مجموعة السلوكيات والمظاهر المرتبطة بمجموع ضبابي المعنى: تكنولوجيا الاتصال⁴.

إن العلاقة القائمة بين الإنسان وشبكة الانترنت علاقة مركبة متداخلة يكاد يستحيل تواجدها خارج الممارسة المستمرة، هي التي تُضمن الاستخدام -كفعل اتصالي- معنى اجتماعي تقني؛ فقد ينصرف المعنى إلى الأداء التقني فيصبح المعنى معلق على التحكم وإدارة النظم المختلفة لهذه التكنولوجيا، من تشغيل وإبحار على النسيج والقدرة على انتقاء المحتوى، المتموقع خلف العقد والروابط، ثم القدرة على معالجته؛ تخزيناً واسترجاعاً و/أو إنتاجاً للمحتوى وكذا إعادة إنتاجه، ويكون حينئذ المصطلح الأنسب هو " الاستعمال"، كما يمكن أن يعالج المفهوم كمنشآت اجتماعية وثقافية، داخل على المنظومة السلوكية السابقة الوجود، حينئذ لا يصبح الاستخدام مجرد فعل عابر منفصل عن التكوين النفسي والمادي لشخصية الفرد المستخدم، بل يتخذ شكل نماذج استخدامه تتجلى أساساً في التكرار والاستمرار، الذي يحيلها إلى عادات متكاملة مع باقي ممارسات الحياة اليومية-للمستخدم-، بهدف فرضها ودمجها عملياً في إطار الموروثات الثقافية المسبقة، قد تندمج فيها أو تتباين عنها، في مقابل ممارسات أخرى منافسة أو متصلة بها⁵.

ويحيط بالمفهوم الدقيق لمصطلح الاستخدام الكثير من الضبابية؛ فبعض البحوث تتحدث عن "الاستخدامات الاجتماعية" كممارسات التي تهيكل خلال الزمن، وأحياناً تتحدث عن " الاستخدامات الاجتماعية" بدءاً من

¹ - أحمد عبدلي، الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال - الانترنت نموذجاً - : مقارنة نظرية، المجلة الافريقية للعلوم السياسية، 2011، 2013/10/12.

<http://maspolitiques.com/ar/index.php/fit/9-uncategorised/253-internetsoc>

² - Yves-François Le Coadic, usage et usagers de l'information, Paris ABS, 2001. P.56.

³ - بوخنوفة عبد الوهاب، المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007، ص 25.

⁴ - محمد، سليم قلاله، المعلوماتية والمجتمع جدلية التأثير والتأثر، علوم وتكنولوجيا، العدد(38)، ديسمبر 1996 ص 47.

⁵ - LACROIX, Jean-Guay enterez, ET autres ; La mise en place de l'offre des usages des intc le cas de vidioway et de teletel. [on line] refè de 2009.URL.www.grm.uqam.ca/cmo2001/lacroix/index.html.

اللحظة التي تظهر "نماذج للاستعمال" Modes d'usage التي تتأكد من خلال التكرار الكافي على شكل عادات مدججة في سياق الحياة اليومية، لتشكل ممارسات نوعية أو أنها تفرض ضمن الممارسات الثقافية السابقة الوجود¹.

إننا بصدد الحديث عن نماذج تطبع عملية الاتصال الجديدة، تنبثق من العلاقة القائمة بين الإنسان-المستخدم-وأدوات الاتصال الجديدة، يصطلح عليها "بالاستخدام"، ومن هنا كانت الاستعاضة المفاهيمية عن الوصف التقليدي (تلقّي/إرسال)، المستدل بهما على طبيعة العلاقة مع وسائل الإعلام التقليدية، لاعتبار أنهما مفهومان مشحونان بمعاني ومفاهيم نظرية ومعرفية تستجيب فلسفيا وعمليا، إلى طبيعة العلاقة المتبادلة بين أقطاب تلك التجربة الاتصالية، وبالتالي فإنهما يعانيان بعض القصور الدلالي في التعبير، عن عمق التجربة وحدود السلوك الجديد مع تكنولوجيا الاتصال الحديثة، التي لا تتوقف عند حدود المشاهدة أو الاستماع أو القراءة... بل يتعداه إلى المشاركة والتفاعلية والتبادلية، الأمر الذي يفرض انتقالا مفاهيميا نحو مصطلح الاستخدام كدال على تجربة اتصال مغايرة لما سبقها، تتأسس من حيث المبدأ النظري على قاعدة متكاملة النسق البنوي والوظيفي تشمل معاني²:

-الانتقال: من نماذج تقليدية طبعت عمليات الاتصال الجماهيري، إلى نموذج مختلف يتركز على تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة التي خرقت شروط الاتصال الجماهيري لتستبدله بنمط قائم على، التفاعلية والبيئية، كأساس للعلاقة القائمة بين الفاعلين، وعلى الشبكية كخاصية أساسية أيضا، لنشر وتوزيع المحتوى والتواصل الجغرافي والثقافي على الصعيد العالمي.

-الاندماج و الاحتواء: فيما بين مختلف الوسائط الاتصالية التقليدية السابقة (المكتوبة والمسموعة والمرئية والشفاهية)، لتشكل مجتمعة دعائم وسيط اتصالي هجين، والذي يضيف إليها تقنيات وبنى خاصة تضيف عليه-هذا الوسيط الاتصالي - طابع التفرد والخصوصية، هذا الاندماج يجعل استخدام هذا الوسيط بمثابة، استخدام لوسيلة من وسائل أي واحد من كثير، أما الاحتواء فيحيل سلوك التعرض-الاستخدام- الفردي أو الجمعي، سلوكا هجينا يجمع أي فعل من أفعال الاتصال التقليدية؛ فقد يكون إرسال/استقبال، إنتاج/استهلاك. إلى غيرها من نماذج الاستخدام الممكنة. معنى هذا انه لا يمكننا الحديث عن عملية اتصال بالمدلول الجماهيري؛ حيث الأعداد الغفيرة تتلقى نفس المحتوى من نفس المرسل في نفس الوقت، إذ يختلف الموقف في حالة الاتصال الشبكي المرتكز على تكنولوجيا الاتصال، الذي يقوم على مبدأ تفتيت العملية، حيث مستخدمون شتى يتعرضون و/أو يستغلون محتويات شتى، من منتجين شتى، أي اللاجماهيرية واللامركزية في إنتاج واستهلاك المحتوى، وطبعا في عملية من هذا

1 - Hélène Bourdelloie, Retour sur quelques notions-clé de la sociologies des usages des TIC: le cas des cédéroms de musée[on line] refé de 2009 , disponible sur www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Bourdelloi.pdf.

2 - THIERRY, bardini, et serge proulx, des nouvelles de l'interaction, phénomène de convergence entre la télévision et internet [on line] refé de 2011. URL, www.grm.uqam.ca/cmo2001/thiery.html.

القبيل من الطبيعي أن يصعب الفصل والتمييز بين المرسل والمستقبل، إذا النقطة المحورية هنا: أن الفاعل هو مستقبل ومرسل في آن واحد نشط وفعال.

أولى معاني الاستخدام هي تلك التي تستقى من الوضعية الفيزيائية للاستخدام، من حيث تركيبته والعناصر الداخلة فيه؛ حيث يتألف هذا الموقف من ثلاث فضاءات¹:

- **فضاء الفاعلون**: نسمي "فاعل" * Acteur * أولئك الذين ينشئون فضاءات (مواقع ويب، قوائم بريدية، شبكات اجتماعية ..) قابلة للاستخدام، قد يكون هؤلاء الفاعلون أفرادا (جمهور عام) وقد يكونوا مؤسسات اقتصادية، اجتماعية ...

- **فضاء الوسيلة**: وهي عبارة عن وسط داخلي التبادل (برمجيات، عملاء البحث الأذكاء ..)، تنتج مواقف اتصال، (بين الوسيلة والمستخدم) تسمح باستظهار وامتلاك المحتوى من طرف الفاعلين.

- **فضاء المحتوى**: نسمي محتوى كل المادة الرمزية المعروضة على فضاء الوسيلة. نصية، سمعية، بصرية.

والسؤال الذي يطرح في هذا الصدد هو، كيف يتم الاستخدام؟

في هذا الصدد ترد عدة مقاربات تحاول تفسير هذه العلاقة ومنها المقاربة التي قدمها (جان لويس لوموان) عام 1998، حيث يؤكد على وجود أنظمة اتصال الكترونية، تتكون من ثلاثة أقطاب أساسية²:

- **القطب كل شيء يأتي من المركز**: يتعرض الكل لنفس المحتوى في آن واحد، ويكون المرسلون على رأس الشبكة.

- **القطب كل شيء محلي**: وهو القطب الذي تسوده الخصوصية بمعنى إن أدوات الأفراد الخاصة بتخزين ومعالجة المعلومات تكون على رأس العملية.

- **قطب الشبكة العامة المشتركة**: يتباين ويختلف عن القطبين السابقين اللذان يتأسسان على، نظام لا تساوفي فيما بين المركز والأطراف المشكلة للموقف، إذ يوجد في هذه الحالة نظام تساوفي بين كل المستخدمين؛ مرسلون مستقبلون في آن واحد، فهو يحتمل الوجهان معا.

1 - VINCENT, Mabillot; interactivite stagings; users representations in interactive mediation. [on line] refé de 2011 URL;www.vincent.mabillot.free.fr/interactivite/these/parte01.html.

2 - PIERRE, musso ,Le cyberspace figure de l'utopie technologique reticulaire [on line] refé de 2009 URL www.erudit.org/erudit/socsoc/vol32/musso.htm.

وقدم (دومنيك بوليار) عام 1995 مقارنة تقنو اجتماعية، يقسم فيها أنواع الاستخدام إلى نوعين أساسيين يندرج تحتها أنواع فرعية: تقوم الفكرة الأساسية لهذه المقاربة على أن المستخدم أثناء استعماله لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة عموما والإنترنت تخصيصا ، فان سلوكه هذا يتخذ؛ إما حركة انطوائية ، أو حركة انفتاحية.¹

-**الاستخدام الانطوائي USAGE PLIER**: يعني أن حركة المستخدم تكون ثنائية البعد، بينه وبين الجهاز فقط دون أن تتعدى إلى مشاركات ومساهمات أوسع تأخذ طابعا تفاعليا، إما مع مستخدمين آخرين أو التفاعل مع البرمجيات ذاتها ، تعديلا أو إضافة أو تدميرا، إن ابسط معنى للانطواء هنا هو العزلة أو الانقطاع عن الباقي (المستخدمين) حيث يكفي المستخدم بعلاقة ثنائية مع حاسبه فقط ، تقوم العلاقة بين الفاعل وجهازه على العديد من العمليات الذهنية التي تحدد نوع الترابط بينها ، أهمها علاقة استعداد للنقل ؛... هذا النقل يكون بين التصورات الذهنية الداخلية للمستخدم أولا ثم الآليات المادية لتنفيذ هذه التصورات (فتح النوافذ ،الإبحار،الحفظ،...) وبين الفضاء الرمزي والمادي الذي تكون عليه الوسيلة وتتخذ هذه الحركة (الانطوائية) الأشكال الآتية:

- انطواء آلي : متحول وغير انعكاسي ؛ وهي ممارسة عادية ممكنة في حق الكل يمكن القيام بها في جميع الأحوال مثل استخدام نوافذ الويب ؛ يقوم المستخدم في هذه الحالة بعملية تبادل روتيني مع الحاسب وفق نموذج مصنع ومعد مسبقا - طرق محددة للحركة-.
- انطواء اعتيادي :وهي ممارسة شخصية اعتيادية تنطبع بطابع استخدام الفرد لحاسبه، مثل طريقة حفظ الملفات ، تحريك الفأرة ،
- انطواء انتهازى : وهي حركة استخداميه تظهر فقط مع الفرص السانحة ،وهي فرص للخروج من الإطار المحدد والذهاب أبعد من ذلك، مثل تتبع الأثر محاولات الاختراق -حركة القراصنة- .

-**الاستخدام الانفتاحي usage déplié**:² وتعني بناء علاقة ثلاثية الأقطاب بين :

الفاعلون ACTEURS ---- الحاسب الموصول بالإنترنت +المحتوى----الفاعلون

تتخذ هذه الحركة بدورها الأشكال الآتية:

- حركة انفتاحية مع التميز : ومثالها المساعدة والتي تعني بالنسبة للمستخدم إظهار وتوضيح كفاءته الحقيقية من خلال، التعبير عن بيئته في المعاني والرموز(الأيقونات) التي يفضلها ، أو العكس بالنسبة لمن يقدم مساعدة للمبتدئين وفق طريقة تظهر تفوقه وتميزه.

¹ - DOMINIQUE, Boulier ,Les Machines changent les médiation restent[on line] refe de 2009

URL. www.grm.uqam.ca/cmo2001/boullier.html.

² - ibid.

- حركة انفتاحية مع التقليد: وهي عكس السابقة تقريبا، حيث يكون المستخدم في وضع تفاعلي تشاركي مع آخرين -دون أن يتميز عنهم - في بعض التقنيات مثل الطرق الكفيلة بإنجاز رسالة إلكترونية
- انفتاح مع الحوار والتواصل: مثل المشاركة أو الدخول في محادثة مباشرة.

وخلاصة هذه النماذج أن العلاقة بين الإنسان والإنترنت، تفترض سلوكا اتصاليا مقننا تقنيا واجتماعيا؛ إذ الآلة حسب (دانيال بال)، تجعل الحياة الرياضية ودقيقة ويزدوب الفرد في الوظائف التقنية ويتخذ الوجود -في نظره- طابع القناع، أما العلاقات الانفتاحية الممتدة المرتكزة على الوسيط الاتصالي التقني فإنها تحتكم إلى ما سماه هابر ماس "المنطق الاستعمالي" من خلال هذا المنطق يتكيف الفرد مع الجماعة ويزدوب في الجماعة، وفي هذا الشكل من الرضوخ يستوعب كل شيء في الإنسان بما في ذلك حرية التفكير¹.

➤ مفاهيم مقاربة:

- الاستعمال: يشير إلى الجانب التقني في العملية بمعزل عن باقي المتغيرات الاجتماعية والثقافية المحيطة.
- الممارسة: تميز (ج.جوي) بين مفهوم الاستخدام والممارسة حيث ترى أن مفهوم الاستخدام ضيق يحيل إلى استعمال عشوائي غير منتظم، بينما تغطي الممارسة استعمال التقنية إضافة إلى سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم وتمثلاتهم عن الأداة². بعد أن بينا بعض أوجه المعاني النظرية والتطبيقية لمعنى استخدام الإنترنت، يبقى الآن المرور إلى ضبط معنى المستخدم، من خلال بعض المؤشرات الأخرى.

➤ ملامح مستخدم الانترنت: لم يستعمل ميشال (دي سارتو)، عبارة مستخدم في أعماله للدلالة على الشخص الذي يستخدم وسيلة الإعلام، واستبدلها بـ: "الاستخدامات" على صيغة الجمع، الذي يعود على "طريقة العمل" أو "عمليات الاستعمال" حيث "المستهلك نشط وإيجابي في إنتاج المعنى"³.

إن عملية تحديد مفهوم المستخدم User "باعتباره كائنا اجتماعيا؛ عضو في شبكة علاقات اتصالية تعتمد قوة الدفع المعلوماتي في مد جسور هذه العلاقة"، و يعد مبدأ "الاهتمام المشترك" المرجعية الحقيقية لهؤلاء، والذي ينطلق من مبدأ الاهتمام الخاص لدى الفرد الواحد، وحين تلتقي مجموعة ما من الأفراد ممن يتقاسمون نفس الاهتمامات، تشكل نواة ما يعرف بجماعات الاهتمام المشترك، حيث أن الذي يشكل قاعدة الانتماء والانخراط "بمجموعات الشبكات الاجتماعية، القوائم البريدية" تجمع الإنترنت وعلى الصعيد العالمي كل الذين

¹ - عزي عبد الرحمن، وسائل الاتصال والعالم الدرامي، الثقافة، السنة 20، العددان 111، 110، سبتمبر، ديسمبر 1995، ص 67.

² - Josiane, Jouët, Pratiques de communication : Figures de la médiation, Réseaux, CNET, n° 60, [on line] refé de 2009.

³ - Hélène Bourdeloie, Retour sur quelques notions-clé de la sociologies des usages des TIC: le cas des cédéroms de musée. Op.cit.

يهتمون بنفس الأشياء والمواضيع ولا شك أن هذا التفكيك وإعادة البناء للتركيب الاجتماعية سوف يترتب عليها، مواقف وعادات جديدة، وردود فعل فكرية وانفعالية معينة تربط المستهلكين بالمنتجين...¹

هذا التبشير الجديد بميلاد هوية إنسان لا تخرج عن نطاق الفردانية المنعزلة عن المجموع المتصل بها عرقا أو دينا، بل تنمو على شبكات عائمة معززة بذلك، الذاتية بنزعتها الانفصالية حتى أصبحت مبدأ وحيد الاتجاه، تناهض الطبيعة والتراث والدين، لقد أثرت ثنائية التقني / الاجتماعي على مستخدم الانترنت في حد ذاته ليصبح لدينا كائنا بشريا وآليا، (كائن الفضاء الالكتروني يجمع بين الافتراضي والواقعي "الانسوب"... فلقد فرض علينا فضاؤنا الذي اخترعناه "الفضاء السايبري" Cyberspace نوعا لم نتصوره من الاجتماعية الفرد-المجتمع أو الفرد الانترنيتي كينونة حياة "رقمية" في مجتمع الانترنت² .

➤ مقارنة التمثلات Representations لفهم الاستخدام:

يتميز مفهوم التمثل بطبيعته المعقدة على غرار باقي المفاهيم الأخرى، باعتبار تعدده الدلالي وكذا تداخله مع مفاهيم أخرى كالتمثيل والتفكير وطريقة التفكير، ولذا غالبا ما تعرف بأنها مجموع العناصر المعلوماتية والمعرفية والإيديولوجية والمعيارية والمعتقدات والقيم والآراء والاتجاهات والتصورات، التي يربطها الفرد حول شيء أو موقف ما، حيث تترايط هذه العناصر فيما بينها، وتعرف في علم النفس الاجتماعي (موسكوفسكي جودليت)،: "بناءات سوسيو معرفية، معرفية لأنها محصل النشاط العقلي للفرد، وسوسيوولوجية لأنها نتاج التفاعل الاجتماعي داخل الجماعة أو المجتمع³ ."

وبالرغم من الاختلاف حول ماهية التمثلات فإن، معظم التعاريف المقدمة تبرز ثلاثة جوانب مميزة ومتبادلة التبعية: جانب الاتصال، لأن التمثلات تزود الأفراد برموز أو شفرات للتبادلات ومدونات لتسمية جوانب عالمهم وتاريخهم الفردي والجماعي وترتيبها بصورة متميزة، وإعادة 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 جمل التمثلات أو المعارف العملية تسمح لفرد بان يحدد موقعه في بيئته والتحكم فيه⁴ .

وتتميز التمثلات بمجموعة من الخصائص أهمها:⁵

¹ - احمد عبدلي، مرجع سبق ذكره.

² - محمد علي رحومة، مرجع سبق ذكره، ص25.

³ - Oriane regus.Représentation des garantes roumaines su leurs usages d'internet en contexte d'immigration a Montréal. [on line] refe de 2009 , disponible surwww.archipel.uqam.ca/2784/1/D1898.pdf.

⁴ - عبد الوهاب بوخنفوة، الأطفال والثورة التكنولوجية : التمثل والاستخدامات، الإذاعات العربية، العدد7، 2007، ص71.

⁵ - المرجع نفسه، ص71.

-أما نشاط ذهني يتشكل في ذهن الفرد من خلال احتكاكه بمحيطه الأولي والعام ، وهو نمط تفسيري يستحضره لفك رموز الواقع و مواجهة المواقف المختلفة.

-تختلف التمثلات التي يشكلها الأفراد للموقف الواحد أو الشيء باختلاف المتغيرات الخبرات الشخصية و التجارب التي يمرون بها و طريقة تفكيرهم و تصورهم لها.

-التمثل نشاط إبداعي ينطلق فيه الفرد من مجموعة من المعارف و التجارب التي تقوم بإعادة بنائها و تحويلها إلى موضوع ذهني، وهو ما يعني أن تمثلاتنا ليست مطابقة للواقع، بل هي خاضعة لتأويلاتنا الخاصة.

-إنها طريقة عامة في تنظيم معرفتنا و فهمنا لها، انطلاقا من المعلومات التي يتلقاها الفرد من عدة مصادر كالحواس والخبرات و المعلومات، كل هذا ينظم في نسق عام و متماسك بكيفية تسمح للفرد بفهم العالم المحيط به.

وتلعب التمثلات دورا مركزيا في حياة الفرد والجماعة إذ هي تسمح له بالتعرف على البيئة والمسالك الصائبة فيها بما يمكنه من التكيف الاجتماعي والثقافي ،وأهم وظائفها :وظيفة التفسير والفهم للحقائق والمواقف التي يمر بها الفرد في حياته ، وهو ما يمكنه من توجيه السلوكيات والممارسات المختلفة ، وتبرير المواقف والسلوكيات التي يتخذها أو يسلكها ، وأخيرا تعريف وتمييز الهوية .

و يندر توظيف هذا المدخل في دراسة العلاقة مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في بحوث والدراسات العربية بالرغم من شيوعه واتساع دائرة الاهتمام به في الدراسات الغربية ، فيوفر مدخل التمثلات أرضية مهمة تعين على فهم أفضل لمجموع التغيرات التكنولوجية والمعرفية والوجدانية والسلوكية ، وآليات تملكها وإدماجها في نسيج الحياة اليومية إن على مستوى طرائق التفكير أو الممارسات والأفعال . إن مفهوم التمثل أصبح اليوم أداة أساسية للباحث المهتم بفهم الصورة الذهنية التي يبلورها " مستخدمو تكنولوجيا الاتصال " انطلاقا من تجربتهم مع الأدوات والتجهيزات التكنولوجية والتفاعل بين هذه التمثلات للتكنولوجيات الجديدة والممارسات الفعلية لهم¹.

3. إجرائيا: انطلاقا من التمييز بين الاستعمال والاستخدام فالفرد - أي الشاب- في هذه الدراسة هو

مستعمل لشبكات التواصل الاجتماعي أولا، وكلما استعمل هذه الشبكات بصفة مستقلة إلا واحتاج إلى تعبئة بعض المهارات الإدراكية والتقنية، والتحكم في الجهاز التقني ليسمح بمنحه مرتبة المستخدم. كما أن المستخدم في ظل الممارسة، فإنه يستعمل شبكات التواصل الاجتماعي إضافة إلى سلوكياته واتجاهاته وتمثلاته لتصبح جزءا من ثقافته للتعبير عن مجمل مخزونه الثقافي القيمي حتى يصل إلى درجة الممارسة الاجتماعية في الوسط الافتراضي

¹ - Serge Proulx , Les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une société du savoir,2001,p19.

1. لغة: لقد أورد (ابن منظور) كل المعاني المشتقة من الجذر اللغوي " شَبَّبَ " وهي معاني تجمع مفهوم

الشَّبَاب والصفات المتعلقة به، وهي كالآتي:¹

الشَّبَاب: هو من جاوز البلوغ، والقوة هي متوسط الشباب. أما الشَّبَب: فيعني أول النهار، ويتضمن معنى التفتح والاستبشار بالحياة والمستقبل. وأشَبَّب: أي هيج، مرحلة تهيج فيها غرائزه.

رجل مَشْبُوبٌ أي ذكي الفؤاد، ذو القلب المتوقد بالحركة والحيوية، وورد في الأثر أن أصحاب رسول الله صلى الله عليه وسلم كان فيهم من الشباب، وورد في الحديث قوله صلى الله عليه وسلم: "عليكم بالشباب فإنهم أرق أفئدة فإنهم نصرولي عندما خذلني الشيوخ".²

ويقول صاحب القاموس المحيط، (الفيروز آبادي) : " والشَّبَاب في اللغة من شَبَّبَ، وهذه اللفظة تدل على: القوة، الفتوة، النشاط، الحركة، الحسن، الارتفاع و الزيادة في النماء"³.

و كما قال (الثوري) عندما سئل عن الشباب: " الشَّبَاب جمع شَابٌ، ويجمع على شُبَانٌ وشَبِيبةٌ، والشَابُّ من أصحابنا من بلغ ولم يجاوز الثلاثين سنة"⁴.

2. اصطلاحاً: يثير مفهوم الشباب الكثير من اللبس، فهو لا يشكل فئة متجانسة يتساوى أفرادها في مستوى

التعليم، والوضع الاجتماعي، وامتلاك رأسمال رمزي يساهم في إثراء تجاربهم الاجتماعية و صقلها، كما أن الدراسات تختلف في تشخيص سن الفئة الاجتماعية التي يغطيها مفهوم الشباب.

لقد انتبه الباحثون إلى صعوبة تحديد هذا المفهوم منذ الأربعينيات من القرن الماضي، فعالم الاجتماع الأمريكي (تلكوت بارسونز) لاحظ أن ارتفاع متوسط مدة التعليم أدى إلى تمديد عمر الفئة التي يطلق عليها مسمى الشباب، إذ رأى أن التحديد الثقافي للسن هو مكون هام لهوية الشخص، ولإدراكه لذاته، ولحاجاته النفسية وتطلعاته، ولمكانته في المجتمع، وللمعنى النهائي لحياته.⁵

¹ - ابن منظور، مرجع سبق ذكره، ص 387.

² - النووي، شرح صحيح مسلم، ص 173.

³ - الفيروز آبادي، القاموس المحيط، تحقيق: محمد نعيم العرقسوسي، مؤسسة الرسالة، 2005، ص 398.

⁴ - اتحاد المغرب العربي، دراسة أوضاع الشباب المغربي، 2009، ص 25.

⁵ - Parsons T , Age and Sex in the social structure of the United-States , American Sociological review , vol 5, 1942
octobre , cite by : régis bigot : evolution des valeurs des jeunes enter 1979 et 2006 : la documentation française ,
horizons stratégiques 2007/2-n4 , p9.

إن مفهوم الشباب ليس معطاً جاهزاً وثابتاً، إنه بناء اجتماعي يختلف من ثقافة لأخرى، ومن بيئة اجتماعية لأخرى، بل إنه يختلف حتى داخل الثقافة الواحدة، بل يذهب (بيار بورديو) إلى حد القول أن الشباب هو مجرد كلمة، فالسن في نظره هو معطى بيولوجي مُضَلَّل و مُضَلَّل اجتماعياً¹.

و المفاهيم الشائعة ذات الصلة تكون في الغالب مزدوجة بالواقع، فهي تعبر عنه بقدر ما تسهم أحياناً في حجه وفي التأثير على التعريفات الإجرائية، ويصدق ذلك بشكل خاص على استخدام اللغة العربية الاصطلاحي لكلمة الشباب، فعلى حين تصف الكلمة حالة أو مرحلة عمرية، غالباً ما يجري استخدامها للحديث عن جماعة من الذوات تجمع افتراضياً بين "شبان" و "شابات". وفي مقابل هذه الكلمات الشائعة في كتب مختلفة وفي لغة الحياة اليومية، فإن اللغة التقنية المعتمدة في الحديث عن هؤلاء، قلما تشير إليهم على هذا النحو، وغالباً ما تجردهم إلى ذكور وإناث، مستخدمة لغة الجداول الإحصائية، عندما يكون ثمة حاجة إلى ذلك.

فالشباب هو مرحلة من مراحل العمر تقع بين الطفولة والشيخوخة وهي تتميز من الناحية البيولوجية بالاكتمال العضوي ونضوج القوة، كما تتميز من الناحية الاجتماعية بأنها المرحلة التي يتحدد فيها مستقبل الإنسان سواء مستقبلي المهني أو العائلي، وهم يمثلون الغالبية العظمى من المجتمع، فالشباب دائماً هم أمل المستقبل وعدة المجتمع. وهناك اتجاه سائد لتوسيع الشريحة العمرية التي يتم إدماجها تحت عنوان الشباب، ولعل ذلك يتفق وما تتجه إليه المواثيق الدولية من التوسع في حماية حقوق قطاعات سكانية أوسع، بغية أن تصبح مشمولة ضمن شبكات آمان جديدة، فقد حدد مؤتمر وزراء الشباب الأول بجامعة الدول العربية عام 1969 من خلال الاتجاهات المتفق عليها في العالم، حدد تلك الفترة بمن تتراوح أعمارهم ما بين 15 و 25 سنة، و بمناسبة العام الدولي للشباب 1985 اعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة تعريفاً يحدد الشباب بمن هم بين 15 و 24 سنة، وجرى اعتماد هذا القياس في مختلف الإحصائيات. وفي المقابل فإن اتفاقية حقوق الطفل تسري على كل من هم دون سن 18 سنة، ما لم يبلغوا الأهلية قبل ذلك بمقتضى التشريعات الخاصة بكل بلد.

3. إجرائياً: بناء على ما سبق فالمفهوم صعب التحديد، لكن من منطلق اختلاف سن البلوغ من بيئة لأخرى، ومن فرد لآخر، ومن منطلق أن الشباب يحدد دخوله إلى تلك المرحلة بمقدار تخلصه من لوازم الطفولة وتحوله من فرد مستهلك إلى فرد منتج، ومن فرد يتعلم إلى فرد عامل ومن فرد معول إلى فرد عائل، ونتيجة للظروف الخاصة التي يمر بها المجتمع الجزائري وما يستتبع ذلك من تغير القيم ناحية التعليم والعمل وغيره، واتساع الفترة التي يقضيها الشباب في التعليم مع عدم توفر العمل بسهولة ومن ثم الزواج بعد ذلك، نرى بأن الشباب هم تلك الفئة التي يمتلكون مخزوناً

¹ - نصر الدين لعباضي، الشباب في دولة الامارات والانتزعات: مقارنة للنمطيات والاستخدامات، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي، الشباب والاتصال والميديا، تونس، 2010، ص264.

قيماً ثقافياً ويستخدمون مختلف وسائل الاتصال المختلفة والتي من بينها شبكات التواصل الاجتماعي للتفاعل بهدف تكوين الرأسمال الاجتماعي لديهم، و تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 30 سنة.

7. شبكات التواصل الاجتماعي :

1. لغة: في التعريف اللغوي سنحاول تجزئة المفهوم المركب :

- ش . ب . ك : الشبْكُ الخلط والتداخل ومنه تشْبِيكُ الأصابع والشبَاكَةُ واحدة الشبَائِكُ المشبَكَةُ من الحديد والشبْكَةُ التي يصاد بها وجمعها شبك واشتباك الظلام اختلط¹ .

- التواصل : تَوَاصَلَ الشخصان اجتماعاً واتفقاً² .

- اجتماعي : ج . م . ع منسوب إلى الاجتماع ، هو اجتماعي بطبعه : له نظرة تميل إلى معايشة الناس في المجتمع والاختلاط بهم³ .

وفي اللغة الإنجليزية social media تعني الترجمة الحرفية الوسائط الاجتماعية، لكن ليست الكلمة الدقيقة لوصف عملية التفاعل ، ونجد كذلك مصطلح آخر social newrking أي الترابط الشبكي ، لكن يعتبر تعبير التواصل الاجتماعي هو الأدق.

2. اصطلاحاً : يشير مصطلح اجتماعي إلى إحدى الاحتياجات الغريزية التي لا غنى للناس عنها في بناء حياتهم

فطبيعة الحياة البشرية تقتضي تواصل الناس مع بعضهم البعض⁴ .

والإنسان كائن اجتماعي مثلما عرفه الكثير من الفلاسفة ، فهو لا يعيش إلا في الجماعة بخلاف الكثير من الحيوانات التي قد تعيش بمفردها لذلك فإن أي فكرة أو أي اختراع جديد ، يتسم بالتفاعل لا بد أن يجد مكانه بين الناس أو فئات من الناس وهذا ما حققته فكرة شبكات التواصل الاجتماعي.

والشبكات الاجتماعية عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع أو أكثر من أنواع الترابط التي تشمل القيم والرؤى ، والأفكار المشتركة ، والاتصال الاجتماعي ، والقراءة ، والصراع ، والتبادلات المالية والتجارية ، والعضوية المشتركة في هذه المنظمات والمجموعات المشاركة في حدث معين وجوانب أخرى عديدة في علاقات الإنسان⁵ .

¹ - ابن منظور ، مصدر سبق ذكره ، ج3، ص275.

² - المصدر نفسه ، ج 2، ص341.

³ - المصدر نفسه ، ج 1، ص 206.

⁴ - Manuel castells and Custavocardoso, The network society from knowledge to policy, The johs hopkins university, Wachington, 2005, p8.

⁵ - Ibid, p9.

وعرفها (الضراب) بأنها : " مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد ، جامعة، مدرسة شركة . . .)".¹

وعرف (سافكو) شبكات التواصل الاجتماعي بأنها : " الوسائط التي نستخدمها لنكون اجتماعيين"² ويرى (الشهري) بأنها : " منظومة من الشبكات الالكترونية تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات ، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية"³

وعرفها (بويد أنديليسون) بأنها : " خدمات تعتمد على الانترنت وتسمح للأفراد بما يلي⁴ :

- بناء ملف شخصي عام أو شبه عام ضمن إطار محدد.

- تظهر لائحة المستخدمين الذين يشاركون مع بعضهم.

- عرض قائمة الاتصال وما قام به الآخرون داخل نفس النظام.

ويميل الباحث (مايفيلد) إلى تعريف شبكات التواصل الاجتماعي ، لأنه جامع لخصائص تلك الشبكات

حيث عرفها أنها : "مجموعة جديدة من وسائل الإعلام على الانترنت تشترك بالخصائص التالية :

- المشاركة : فهي تشجع على المساهمات وردود الأفعال (التعليقات) من أي مهتم ، وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقين.

- الانفتاح : معظم شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات ، ونادرا ما يوجد حواجز أمام الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه ، لان حمايته بكلمة مرور أمر غير موجود نهائيا .

- المحادثة : تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على المحادثة باتجاهين ، بعكس وسائل الإعلام التقليدي التي تعتمد مبدأ بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين.

-التجمع : تسمح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعال ويربط تلك التجمعات اهتمامات مشتركة مثل : حب التصوير الفوتوغرافي ، والقضايا السياسية وغيرها.

وشبكات التواصل الاجتماعي المقصودة هنا هي :

¹ - محمد سيد ريان ، الإعلام الجديد ، ط01 ، مركز الأهرام للترجمة والنشر والتوزيع ، مصر ، 2013 ، ص 12.

² - المرجع نفسه ، ص 12.

³ - الشهري فايز بن عبد الله ، الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراقبين " ، صحيفة الرياض ، ع 14776، 2012/08/07، ص15.

⁴ - Amir Nlichtand and Jordan Isiegel, the social dimensions of entre prenemship, Oxford hand book of entre preneurship, Oxford university press, 2006, p p 22-23.

- أشكال الفئة الأولى (الفيس بوك، التويتر، اليوتوب)
 - أشكال الفئة الثانية (المدونات الالكترونية، ليكند إن، بعض المواقع الأخرى والتطبيقات المتعلقة بالشبكات)
3. إجرائيا: ظاهرة رمزية تواصلية معقدة ومتداخلة الأبعاد يرتبط جانبها الايجابي أو السلبي بالقرب أو الابتعاد عن القيمة، ويستخدمها الشباب الجزائري بشكل متواصل في الحياة اليومية.

سابعاً: الدراسات السابقة

تمثل مراجعة أدبيات البحث أو الدراسات السابقة أحد جهود الباحث في المراحل الأولية لإعداد مشروع البحث وتحديد المشكلة العلمية، ولذلك فإنها تمثل في هذا المشروع الإطار المرجعي الأساسي للمشكلة العلمية ويقدم عرضها إجابة على السؤال الخاص بمصادر تطوير المشكلة العلمية، بالإضافة إلى أنها تمثل المصدر الأساسي لاستقاء الفروض العلمية أو التساؤلات المطروحة، ولذلك فإن عرضها يقدم إجابة أيضا على التساؤلات الخاصة بوجود أو غياب علاقات فرضية حول موضوع البحث في الدراسات السابقة، بحيث يشير العرض إلى الإضافة المنتظرة في العلاقات الفرضية الحالية، بعد أن يقوم الباحث بنقد الدراسات السابقة وعرض الجوانب الايجابية والسلبية، ونواحي الوجود والغياب التي يحاول الباحث وضعها في الاعتبار في الدراسة الحالية، فلا يعني الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث وتسجيلها في عرض هذه المشكلة، عن ذكر العرض التحليلي والنقدي لهذه الدراسات بشكل مستقل في البحث، لأن ذلك يقدم الإطار المرجعي له، واتجاهات الاستفادة من هذا الإطار في كل الخطوات المنهجية بعد ذلك وليس صياغة مشكلة البحث فقط¹.

وعليه، سيتم عرض مجمل الدراسات السابقة التي قمنا بالاستناد عليها في هذه الدراسة، فرغم حداثة الموضوع المتناول نسبيا خاصة في الدول العربية والجزائر، إلا أن ذلك لم يمنع من وجود مجهودات بحثية سنأتي على ذكرها حسب عامل المكان لئتم تقسيمها إلى: دراسات جزائرية، دراسات عربية، وأخيرا دراسات أجنبية:

1. الدراسات الجزائرية:

1. آمال عساسي، اثنوغرافيا مستخدمى الفاييسبوك في المجتمع الجزائري دراسة اثنوغرافية لعينة من مشتركى المجموعات الأمازيغية بالفيسبوك²:

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، مصر، 2004، ص 105-106.

² - آمال عساسي، اثنوغرافيا مستخدمى الفاييسبوك في المجتمع الجزائري دراسة اثنوغرافية لعينة من مشتركى المجموعات الأمازيغية بالفيسبوك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع، إشراف: يامين بودهان، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة01، 2015/2014.

تهدف هذه الدراسة للبحث عن مدى مساهمة المجموعات الأمازيغية في تشكيل علاقات اتصالية بين مستخدمي الفيسبوك من خلال دراسة عينة منهم، لمعرفة دور التعرض واستخدام مجموعات الفيسبوك وبشكل خاص الأمازيغية في تفعيل العلاقات الاتصالية وتحقيق الاشباع كالحفاظ على الهوية الأمازيغية في ظل انتشار الفكر العولمي الذي تكفله التكنولوجيات الحديثة، وكذا البحث في حقيقة العلاقات الافتراضية ودورها في ترسيخ تلك الهوية ضمن إطار رمزي يتشارك من خلاله مستخدمي تلك المجموعات مختلف المعارف، أما الهدف الأساسي من هذه الدراسة هو إعادة الاعتبار للبحوث الكيفية الاثنوغرافية في ظل تكاثف الاعتماد على البحوث الامبريقية ذات التفسيرات الكمية للظواهر الإنسانية.

وقد استخدمت الباحثة المنهج الاثنوغرافي، بتطبيق أداتي: استمارة المقابلة والملاحظة بالمشاركة، على عينة قوامها 109 مشترك في المجموعات الأمازيغية الشاوية عبر الفيسبوك.

وقد توصلت الدراسة إلى أنه من ناحية عادات الاستخدام أن النسبة الأكبر من المبحوثين تستخدم الفيسبوك بشكل مكثف، هذا ما سمح لهم بإقامة علاقات مع غيرهم في إطار الصداقة وذلك قصد تبادل الخبرات والأفكار، كما تحققت للمبحوثين اشباعات متنوعة كان لها الدور في محافظة المبحوثين على هويتهم الأمازيغية بل ورسختها، وقد تمثلت أهمها في الاشباعات العملية، الاشباعات الاجتماعية واشباعات التنفيس، واجمالا فإن المجموعات الأمازيغية في الفيسبوك ساهمت في تشكيل علاقات اتصالية بين مشتركها عن طريق تكوين تصورات تلك الأقليات عن هويتهم الاثنية وفقا لمستجدات العالم الافتراضي وبذلك تم الحفاظ على الأصالة والمحلية في زمن الحداثة.

2. فتحة بوغازي، إثنوغرافية الانترنت¹:

تناقش الباحثة في هذه الدراسة مراحل تطور الدراسات في مجال اثنوغرافية الانترنت، مع تدعيم ذلك بدراسة تطبيقية قامت بها الباحثة على عينة من الطالبات المقيمات بالحي الجامعي.

وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج يمكن أن نجملها في النقاط التالية:

- اهتمام عدد كبير من الطالبات بالانترنت كتكنولوجيا حديثة والتوجه نحو خدماتها سواء من جانب البحث العلمي، أو من أجل التسلية الترفيه .
- الخدمة الأكثر استعمالا وإقبالا لدى هذه الفئة هي الدردشة بمختلف أنواعها وأشكالها
- توجه وميل نسبة كبيرة من الطالبات إلى مواقع ومنتديات الدردشة والمحادثات الفورية دون غيرها من الخدمات، وتليها المواقع الخاصة بالبحث العلمي، ثم البريد الإلكتروني .
- إدمان نسبة كبيرة من الطالبات على الدردشة لدرجة التركيز والتمعن في الرسائل وإهمال كل ما يحيط بهم، بما فيه الوقت .

¹ - فتحة بوغازي، إثنوغرافية الانترنت، <http://audience-studies.over-blog.com/article-33018485.html> . 2015/07/28 . 14:00 .

- أما فيما يخص دوافع الاستخدام لدى فئة الطالبات : بالنسبة للمبحرات عبر مواقع الدردشة تكمن دوافع الاستخدام في الهروب من الواقع، إقامة علاقات جديدة، التعرف على ثقافات جديدة و أفكار جديدة وملء وقت الفراغ خصوصا وأنهن بعيدات عن الأسرة. أما بالنسبة للمبحرات عبر مواقع البحث العلمي فحسبهن الدراسة هي المبرر الوحيد لاستخدامها، في حين المستخدمة للبريد الإلكتروني فالدافع الذي يجعلهن يقبلن على استخدامه يتمثل في الاتصال بالأستاذ المشرف، الأساتذة والزملاء ، ...
- ليست هناك أي علاقة بين المستوى التعليمي واستخدام الانترنت، فعلى الرغم أنه من المفروض أن هذه الفئة -الطالبات- تستخدم الانترنت من أجل البحث والدراسة إلا أنه ومن خلال الدراسة توصلنا إلى العكس من ذلك تماما حيث أن نسبة المبحرات يوميا عبر مواقع الدردشة تفوق- إذا لم نقل تضاعف- نسبة المبحرات في مواقع ومحركات البحث العلمي .
- توصلت إلى أن أغلبية الطالبات اللائي يستخدمن الانترنت من أجل الدردشة والحوار مع الجزائريين يستخدمون شبكة الانترنت في المساء أو الليل لان الفترة تمثل فترة تحرر العمال من عملهم والطلبة من الدراسة.

3. كنزة حاج حامدري، دور التلفزيون في تشكيل بعض القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية-دراسة اثنوغرافية على عينة من الريفيات الجزائريات-¹:

لقد كان الهدف من هذه الدراسة محاولة معالجة موضوع القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية، وكيفية تشكلها من خلال مشاهدة التلفزيون، وقد تم اعتماد المنهج الاثنوغرافي بتطبيق أداتي : الملاحظة بالمشاركة والمقابلة، على عينة مكونة من خمسة أسر بطريقة قصدية من عدة أماكن من الجزائر (البليدة، عين الدفلى، المدية). ومن خلال هذه الدراسة تم استخلاص أمور عديدة تتعلق بالمرأة الريفية في علاقتها بالتلفزيون، اهمها أن هذه المرأة بطبيعتها تمتلك قيما عديدة اكتسبتها من خلال محيطها، حيث فرضت طبيعة الريف معايير مختلفة تعجز بعض المتغيرات التأثير عليها، كارتباط هذه المرأة بأرضها وبيتها، ونظرتها السطحية للواقع، وبدخول هذه التكنولوجيات المنزلية إلى عالمها الضيق أصبحت تحاول جاهدة التطلع نحو التغيير ولو أن هذا التغيير لم يرقى إلى بلوغ أهم القيم المتعارف عليها في الريف.

II. الدراسات العربية:

- 4. فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً)، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود²:

¹- كنزة حاج حامدري، دور التلفزيون في تشكيل بعض القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية-دراسة اثنوغرافية على عينة من الريفيات الجزائريات-، مذكرة مقدمة ليل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، إشراف: فائزة بخلف، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر03، 2010/2011.

²- فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً)، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد (61) 193، الرياض، 2014.

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة من خلال التعرف

على الأهداف الفرعية التالية:

1. بيان الآثار السلبية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي.
2. بيان الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي.
3. بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة.

واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من طلاب جامعة الملك سعود بالرياض على اختلاف تخصصاتهم العلمية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية وبلغت العينة النهائية 2274 طالباً.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في: التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، الإهمال في الشعائر الدينية، وأن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في: الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكين من تخطي حاجز الخجل، وأن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل ظهر في: تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة، وكان من أهم توصيات الدراسة ما يلي: تكثيف الندوات العلمية والبرامج التعليمية الهادفة التي تبين لطلاب الجامعة التأثير السلي لشبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية، والاهتمام بصورة مستمرة خاصة في الوقت الراهن بدراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد خاصة الشباب؛ نتيجة لما تؤثر به على سلوك الشباب وعلى القيم والمفاهيم والثقافة والهوية المحلية، وكذلك الهوية الدينية وما يرتبط بها من قيم وعادات وسلوكيات.

5. بندر بدر العتيبي، سعيد الراشدي، التحديات التي تفرضها شبكة الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي على القيم في الوطن العربي¹:

تحدد مشكلة البحث في الخطورة التي تفرضها شبكة الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي على القيم في الوطن العربي، وقد ناقش الباحثان مجموعة من النقاط المفاهيمية في دراسته كمفهوم شبكة الانترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي، وواقع الجانب القيمي فيهما.

وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج، فهناك تأثير كبير لشبكات التواصل الاجتماعي على الجانب الأخلاقي والتي تمثل أبرز مشكلاتها في الترويج للإباحية والاختلاط والقيم والمبادئ المخالفة للإسلام، ثم التأثير الثقافي والذي تتمثل أبرز مشكلاته في تدفق المعلومات غير المنتقاة والترويج للأفكار الغربية وتعزيز التبعية للفكر الغربي، يأتي بعد ذلك التأثير على الجانب العقدي ومن أهم مشكلاته تعزيز النزعة المادية على حساب الجانب الروحي والإيمان وإظهار شعائر أهل الكفر ورموز أديانهم الباطلة وتشويه صورة الإسلام والمسلمين والتشكيك في عقيدتهم.

¹ - بندر بدر العتيبي، سعيد الراشدي، التحديات التي تفرضها شبكة الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي على القيم في الوطن العربي، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد 2، العدد 9، المغرب، أيلول 2013.

كما يحدث تأثير على الجوانب التعليمية والسلوكية والذي يتمثل في الازدواجية والتشتت بين ما يتعلمه الفرد في المؤسسة التربوية وما يتصفح الفرد في هذه المواقع، وكذلك الترويج للسلوك العدواني والعنف عبر ألعاب الكمبيوتر وشبكة الانترنت، وهذا السلوك يترك آثارا سيئة على حياة الشباب وعلاقتهم مع المجتمع وتعاملهم مع أسرهم ويترك بصمات سلبية على شخصياتهم.

وإن كانت النتائج التي توصلت إليها الدراسة تذهب في المنحى السلبي، إلا أن الدراسة توصلت لبعض الآثار الايجابية والتي ترتبط دائما بحسن الاستعمال والاستخدام.

III. الدراسات الأجنبية:

6. Daniel Miller and Don Slater , "The internet: an ethnographic approach"¹ :

أجز هذه الدراسة كل الباحثين ميلر سلايتر وتمحورت دراستهما حول استخدام شبكة الانترنت في "جزيرة ترينيداد" ، الدراسة تعرضت إلى استعمال شبكة الانترنت من قبل سكان ترينيداد . الباحثان لم يهتما بآثار هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة على الأفراد، بل بدلا من ذلك تجاوزا الباحثان إلى السؤال عن كيفية سعي ثقافة محلية إلى إيجاد مكان لها يتناسب مع خصوصياتها في محيط اتصالي يتحول باستمرار، وعن سعي هذه الثقافة في هذه الثقافة في نفس الوقت لقبولها هذا المحيط وإدماجه في خصوصياتها المحلية . وقد بدأ الباحثان دراستهما من جزيرة ترينيداد نظرا لتوفر الظروف والشروط حتى تدرس بطريقة اثنوغرافية (لأنها محدودة من حيث المساحة ، كما أنها محدودة التطور من حيث التطور في مجال استخدام الانترنت باعتبار أنه لم يمض على دخولها الى الجزيرة سوى سنوات قليلة، و محدوديتها أيضا في الاقتصاد والسياحة) والتي رغم ذلك تمكنت من الوصول الى تكنولوجيا الاتصال .

وقد توصل الباحثان إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- أن الانترنت الواقعية في ترينيداد تمكنت من تحقيق مكاسب كبيرة من خلال إنتاج المواد التي تسمح لهم بفهم عوالم اجتماعية مختلفة تماما عن ترينيداد .
- أن الانترنت كان لها الدور الكبير في تطوير العلاقات داخل العائلة، الصداقة ، العمل والترفيه ، إذ اعتبر الباحثان الانترنت أفضل مورد للتعبير عن الهوية الشخصية
- تطرق الباحثان أيضا إلى كيف يمكن للترينيداديين المحافظة على الهوية والكرامة الوطنية ومواجهة مظاهر العولمة والحرية في نفس الوقت .

¹ - Gregory martin , The internet: an ethnographic approach by Daniel Miller ;DON SLATER , Clark University,http://www.jstor.org/stable/4140832,26/07/2016,13 :00.

- بالنسبة للمراهقين توصل الباحثان إلى أن الانترنت قد ساعدت الأطفال والمراهقين على الاطلاع على الثقافة الموسيقية الأجنبية وإيجاد مكان لأنفسهم وإعادة الاعتبار لأنفسهم ضمن الهوية الوطنية .
- صاغ الباحثان اثر استخدام شبكة الانترنت في الجزيرة في مجموعة من النقاط تتمثل في :
 - أن الانترنت سمحت للترينيداديين للتعبير عن هويتهم سواء على الصعيد الشخصي والاجتماعي (القرابة، الدين والتجارة...) و مكنتهم من الحفاظ على العلاقات الشخصية من خلال خدمة الشات على المستوى الديني كان لاستخدام الانترنت دور كبير في تنمية المشاركة الاجتماعية، إذ جعلت الشعوب يشعرون بالانتماء الى المجتمع من خلال الاندماج في الشبكات الدولية.
 - أن الانترنت قد ساعدت على تعزيز الهويات التقليدية القديمة ، العائلية، الدينية والوطنية إلا أنه قد يكون لها في بعض الحالات اثر سلبي فقد تلعب الانترنت دورا كبيرا في تعطيل الهيكل أو التنظيم الاجتماعي من خلال بعض المواقع المجهولة الهوية .
 - أن كان هناك تبني سريع واهتمام ملحوظ من قبل الأفراد بالتكنولوجيا الحديثة .
 - أن هناك سلوك متحرر في جزيرة ترينيداد فيما يتعلق باستخدام الانترنت انعكس في أطفال المدارس والعمال داخل مقرات عملهم.

7. DANIEL le BLANC, etude ethnographique virtuelle de lexperience des harsah interagissant avec lorganisme de santé rézo sur facebook¹ :

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية توظيف منظمة الصحة rézo، لشبكات التواصل الاجتماعي وبالضبط الفايسبوك، والتي تدخل في إطار الاتصال الصحي الذي يعزز الوقاية من الأمراض (خاصة المنتشرة حديثا والتي ركزت عليه هذه الدراسة)، وكذلك كيفية توظيف خصائص الفايسبوك في الحملات الإعلامية التي تقوم بها المنظمة، ولقد طبق الباحث المنهج الاثنوغرافي من خلال استخدام: الملاحظة بالمشاركة، تحليل المحتوى الخاص بالصفحة، و المقابلة مع أهم الناشطين في الصفحة.

هذا البحث حدد مختلف التبادلات الاتصالية التي تتم في الصفحة بين المسؤولين عنها والمشاركين فيها، ومعرفة محتوى طبيعة محتوى هذه الصفحة للوصول إلى أشكال المشاركة المختلفة التي تميز بها الفاعلون في الصفحة، للوصول إلى مجموعة من التوصيات التي تتمثل في مجموعة من الاستراتيجيات التي ينبغي على مسؤولي المنظمة توظيفها.

¹ - DANIEL le BLANC, etude ethnographique virtuelle de lexperience des harsah interagissant avec lorganisme de santé rézo sur facebook, mémoire présenté comme exigence partielle de la maitrise en communication, université du québec a montréal, sptember, 2011.

8. ASLIHAN AKKAYA , devotion and friendship hrough facebook¹ :

هي دراسة حول تفاعل الفتيات التركيات رغم اختلاف أماكن تواجدهن الجغرافية مع المواضيع المطروحة في تلك المجموعة الافتراضية، وقد بدأت الباحثة تحليلها من التحقيق في حالات عدة من الخطاب محاولة منها للتوصل لفهم سيميائية الخطاب.

وقد توصلت الباحثة لمجموعة من النتائج نذكر أهمها:

➤ تستكشف الباحثة من خلال هذه الأطروحة إدماج الفاييسبوك في الأنشطة اليومية الحية والممارسات من مجموعة من النساء التركيات في الولايات المتحدة الأمريكية التابعة لجمعية معروفة باسم حركة الشباب الدينية HIZMET.

➤ كما توصلت إلى أن الفتيات الأمريكيات ذات الأصل التركي، بالرغم من تفرقهن الجغرافي عن بلدهن الام إلا أنهن لا يزلن محافظات على التقاليد والقيم التي تكفلها المواضيع المطروحة للنقاش من خلال تلك المجموعة.

➤ خلص تحليلها إلى بروز قيم دينية من الصدق والصدقة والاحلاص من خلال تعاملاتهن، كما أنهن عرفن من خلال لغتهن التفاعلية التي تركز على رمزية معينة تجعلهن متميزات عن العالم الخارجي كما تمنحهن خصوصية معينة إذ يستخدمن رموزا صعبة الفهم وغير واضحة على من هو خارج المجموعة.

9. BEATRIZ.L.A.MILCHAM,online infidelity in internet chat room : an ethnographic² :

نشرت هذه الدراسة في مجلة computer in human behavior وتناولت الدراسة طبيعة التفاعلات الاجتماعية التي تتم عبر منتديات الدردشة، ودورها في تغيير النسيج الاجتماعي وفي بناء علاقات عاطفية، كما ركزت الباحثة على انعكاسات ذلك على العلاقات الزوجية.

وقد بينت الدراسة أن هذه الاتصالات لها دور كبير في التقليل من الوفاء بين الزوجين، وبالتالي إحداث عدة مشاكل اجتماعية ولكل ذلك انعكاسات على النسيج الاجتماعي مما يؤدي إلى إحداث فجوة وتفكك اجتماعي كبير.

¹ - ASLIHAN AKKAYA , devotion and friendship hrough facebook , <http://search.proquest.com/docview/1220491965,26/07/2016,14:00>.

² - BEATRIZ.L.A.MILCHAM,online infidelity in internet chat room : an ethnographic, computer in human behavior, vol23,2007.

10. DANAL MICHELE BOYD, taken out of context american teen sociality in networked publiés¹ :

طرح الانثربولوجي الأمريكي المعروف بأعماله حول شبكات التواصل الاجتماعي في دراسته إشكالية الاتصال أو التعارف لدى المراهقين الأمريكيين في الفضاءات الالكترونية، وانطلق من أنه مع ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية مثل: الماي سبيس والفايسبوك، بدأ المراهقون الأمريكيون لاعتمادها كأماكن لفرض هوياتهم والاختلاط مع أقرانهم، وقد استخدمت هذه المواقع لفترة طويلة فأصبحت جزءا من الممارسات اليومية، حيث يتم استعمالها لعدة أغراض: كالدردشة، وتبادل المعلومات، وقضاء وقت الفراغ. لكن النقطة الجوهرية حسب رأيه في تحول هذه الشبكات الاجتماعية إلى منفذ لبناء علاقات اجتماعية مشتركة بين هؤلاء المراهقين، الأمر الذي يبقى مجهولا في تأويل هذا الربط الاجتماعي الافتراضي، مما ولد حالة من الخوف لدى الكبار (خاصة الأولياء...).

هذه الدراسة استمرت لمدة سنتين ونصف باستعمال المنهج الاثنوغرافي، بشأن مشاركة المراهقين الأمريكيين في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، معتمدا في تحليله على ثلاثة ممارسات: تمثيل الذات، المؤانسة والتعارف بين الأقران، والتفاوض مع مجتمع الكبار.

وقد توصل الباحث إلى أن المراهقين تجمعهم ممارسات مشتركة في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، كما أن خصائص هذه المواقع في تغير دائم الأمر الذي دفع بالمراهقين بان يكونوا دائمي التغير وفقا لهذه التغيرات، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي قوت لدى هذه الفئة التعقيد والحمران الاجتماعي، لتفرض مكانها بديلا عن التعارف والتواصل في الفضاء الواقعي.

IV. التعليق على الدراسات السابقة:

تباينت الدراسات التي تم عرضها بين دراسات مشابهة وأخرى متطابقة في بعض أوجه الدراسة الحالية حيث تشترك معها في متغيرات أساسية، بين ما كان منها عبارة عن دراسات اثنوغرافية أو تناولت التفاعل الذي يحدث عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام، أو دراسات كمية تناولت تأثير هذه الشبكات على الجمهور بمختلف أطيافه، وتجدر الإشارة إلى أن الدراسات الإعلامية التي طبقت المنهج الاثنوغرافي تمحورت حول دراسات التلقي لوسائل الإعلام وكذا دراسات الاستخدام، فالأولى قامت من أجل فهم سياق تلقي محتويات وسائل الإعلام الذي ظهر مع تيار الدراسات الثقافية في السبعينيات، والثانية ظهرت في سياق عولمة الاتصال وانتشار التكنولوجيات الحديثة وتطورها مع ظهور الانترنت، الأمر الذي أدى إلى ظهور أنماط جديدة من الاستخدامات الجمعية والفردية المعقدة لهذه التكنولوجيات مما استدعى من الباحثين مقارنتها وفهم سوسيولوجية استخدامها². ويمكن تلخيص أهم نقاط الاتفاق فيما يلي:

¹ - DANAL MICHELE BOYD, taken out of context american teen sociality in networked publiés, brown university, USA, 2008.

² - آمال عساسي، مرجع سبق ذكره، ص 22.

➤ أوجه الاتفاق:

- تشترك الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في الاعتماد على المنهج الاثنوغرافي.
- تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السالفة من ناحية البحث في العلاقات الاتصالية وكيفية تشكيلها في ظل التفاعل الرقمي.
- ركزت الدراسات السابقة وكذا الدراسة الحالية على دراسة الجماعات باختلاف فئاتها أو فضائها الاتصالي.
- اتخذت هذه الدراسة والدراسات الأخرى شبكات التواصل الاجتماعي والانترنت كمجال للدراسة.
- توجهت هذه الدراسة والدراسات الأخرى للبحث في الجمهور، وعلاقته بالفضاء الالكتروني.
- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة على أن هناك إطار دلالي رمزي يجمع أفراد المجموعة ويلتف حوله مما يميزهم عن غيرهم من أفراد المجتمع.

➤ أوجه الاختلاف:

- لم تركز الدراسات السابقة على الجانب القيمي الثقافي عكس ما تسعى إليه هذه الدراسة، فحتى وإن كانت الدراسات التي ركزت على الجانب الثقافي موجودة إلا أنها تهتم بدرجة أكبر بأشكال الثقافة واكتفت بالاهتمام بظاهرها لا بباطنها، وبالتالي تبعد على الجانب القيمي في معالجة الظاهرة.
- الدراسات السابقة لم تعطي فرصة للمبحوثين على اختلاف خصائصهم في إدراج معاني للتمثل الذاتي نحو الموضوع المعالج، وبعد عملية الإسقاط التمثلي للظاهرة خدمة لتحقيق أهداف البحث، فكل المعطيات كانت جاهزة، عكس ما ستتحه إليه هذه الدراسة في دراسة التمثلات كنقطة استباقية للاستخدام.
- رغم معالجة موضوع علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالشباب في البحوث الغربية، إلا أنه في البحوث العربية يقل ذلك وهي النقطة التي ستعالجها هذه الدراسة.

➤ أوجه الاستفادة:

- تم الاستفادة من الدراسات السابقة من حيث النقاط التي تتقاطع وتتشابه فيها الدراسة الحالية خاصة في الشق المتعلق بالبناء المنهجي للدراسة وفي صياغة الإشكالية.
- تم الاعتماد بشكل فعال من الدراسات السابقة من خلال كيفية تطبيق المنهج الاثنوغرافي باعتباره حقلاً جديداً في الدراسات الإعلامية ودراسات الجمهور.
- الاستفادة من التراكم النظري لهذه الدراسات، وكذلك المنظومة المفاهيمية المتعلقة بالمفاهيم الرئيسية للدراسة.
- الاستفادة من تلك الدراسات كان من خلال توجيهنا نحو فهم أفضل للدراسات الاثنوغرافية والمفاهيم المترتبة عليها وكذا تغيير نظرنا للمناهج البحثية بالتركيز على البحوث الكيفية والتمرس في أدائها البحثية.

ثامنا: المدخل النظري للدراسة

اعتمدنا في هذه الدراسة على مدخلين أساسيين، المدخل الأول يتمثل في نظرية لديها أثرها في الفكر الاجتماعي المعاصر وهي احد اجتهادات المفكرين السوسيولوجيين المعاصرين ونقصد (بيار بورديو) في نظريته "الممارسة"، أما المدخل الثاني فيتمثل في "سوسيولوجيا الاستخدامات" الخاصة باستخدامات تكنولوجيايات الاتصال الحديثة وبالضبط الانترنت متمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي . وسنأتي على عرض النظريتين بشيء من التحليل ثم تبيان مبررات استخدام كل واحدة منها لنصل في الأخير لكيفية خدمة النظريتين لموضوع الدراسة:

1. نظرية "الممارسة" لـ (بيار بورديو):

الممارسة الاجتماعية تمثل الموضوع الرئيسي في سوسيولوجيا (بورديو)، وبفضله - إلى جانب آخرين - أصبح مفهوم الممارسة الآن أحد المفاهيم الأساسية في البحث الاجتماعي، وتكتسب نظرية الممارسة الاجتماعية أهميتها في العلوم الاجتماعية والإنسانية، بسبب قدرتها التفسيرية المتنوعة والملائمة لكشف طبيعة الظواهر الاجتماعية والإنسانية المختلفة، فعن طريقها يمكن تفسير التباينات الاجتماعية والثقافية في آن واحد، كما يمكن تفسير ظواهر السياسة والاقتصاد والثقافة والدين والفن والعلم... دون أن تفقد النظرية مصداقيتها، وربما يكون ذلك هو سر تنوع اهتمامات (بورديو) البحثية المثيرة للإعجاب، فقد أمسك بمنطق الممارسة، ووضع يده على مجموعة من الأدوات التفسيرية إلى جانب امتلاكه لرؤية منهجية منفتحة، وهذه الأمور أدت مجتمعة إلى التنوع والثراء الذي يلحظه القارئ في مشروعه العلمي الكبير¹.

لقد حاول (بورديو) في نظرية الممارسة أن يقدم حلا للفجوة بين النظرة الذاتية للعالم الاجتماعي، والنظرة الموضوعية، وانتهى إلى أن العلاقة بين الذاتي والموضوعي علاقة جدلية متداخلة ومتشابكة ومعقدة، والباحث عليه أن يكشف عن طبيعة هذه العلاقة، وكيف تتولد الممارسة تحت تأثير هذه العلاقة، وقد حاول بورديو توضيح كيف تتمثل الذات الفاعلة الشروط الموضوعية - البنيوية، فوضع مصطلح "الهائيتوس" (HABITUS)، وكيف تؤثر هذه الذات في تلك الشروط، فأنتج مصطلح المجال (FIELD)، بحيث تصبح الممارسة محصلة العلاقة الجدلية بين الهائيتوس والمجال، أو هي ناتج تفاعل الهائيتوس والمجال².

الممارسة الاجتماعية عند (بورديو) ليست مجرد فعل صادر في الزمن الحاضر، ولكنها فعل موجه من الماضي، فعل تاريخي فكما لا بد من أن تتضافر عدة ظروف قبل هطول المطر، فكذلك الممارسة هي محصلة خبرات مكتسبة أو موروثية، تتضافر لتقييم الواقع المعيش، وتحديد طبيعة الفعل الملائم في لحظة ما، لحظة الممارسة، أو هطول المطر. فالممارسة نشاط إنساني، يقوم به فاعل (Agent) يمتلك قدرة على صنع الاختلاف، ولكنها ليست قدرة ذات متعالية وإنما قدرة فاعل نشط مكافح، ولذلك فإن الفاعل عند بورديو هو شخص (Person) محمل بخبرات متراكمة، رأسمال نوعي، يكتسبه خلال عملية التنشئة والتعليم، يولد لديه مجموعة من الاستعدادات

¹ - أحمد موسى بدوي، ما بين الفعل والبناء الاجتماعي : بحث في نظرية الممارسة لدى بيار بورديو، مجلة إضافات، العدد:08، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2009، ص11.

² - Haker Richard, an introduction to the work of pierre bourdiue : the practice of theory , macmillan press, 1990 ,p15.

(Disposition) تمكنه من ممارسة الأفعال المختلفة في إطار بنية محددة، وبشكل تلقائي ولا إرادي في معظم الأحيان¹.

ولكي يستطيع (بورديو) عبور الفجوة بين هذا الشخص والبنية التي تضمه، أو بمعنى آخر، لكي يكشف عنه العلاقة الجدلية بينهما أو التفاعلات القائمة، قام بتفكيك البناء الاجتماعي إلى مجموعة من المجالات، كالمجال السياسي، والاجتماعي، والثقافي، والديني، والفني...، وكل مجال من هذه المجالات يحتاج إلى رأسمالي نوعي مختلف، والمتفاعلون داخل المجال يمتلكون بالضرورة استعدادات متفاوتة، بتفاوت الرأسمال النوعي الذي يمتلكونه، وبالتالي فإن علاقات القوة داخل المجال التي تحدد حيازة المكانة داخله ترتبط بما يبتوس الأفراد، وما أضافه بورديو هنا هو جعل العلاقة الجدلية بين الاستعدادات الذاتية والشروط البنائية، ممكنة التصور والتحقق على أرض الواقع، فالفرد يتعامل مع مجالات ولا يتعامل مع بناء اجتماعي كلي، وتتحدد قدرة الأشخاص على حيازة المكانة داخل هذه المجالات المتنوعة بمجموعة الخبرات والاستعدادات التي يحملها هابيتوس هؤلاء الأفراد².

ولكن (بورديو) لا يتوقف في نظريته عند مستوى علاقة الفرد بالبناء، فالممارسة الفردية ليست الممارسة الوحيدة القائمة، فهناك ممارسات جماعية قائمة في المجتمع، تتم في إطار علاقات القوة، وصور الصراع والعنف الرمزي داخل المجالات، ويكون موضوع هذه الصور: الحيازة/الإزاحة جزئية أو كلية. فلكل مجال الرأسمال النوعي الخاص به الذي يسعى الأفراد/الجماعات/الطبقات إلى امتلاكه، والذي يولد لدى الأفراد والفئات استعدادات متفاوتة للممارسة، وقد استعان (بورديو) في نظريته ببعض المصطلحات الاقتصادية: السوق، الاستثمار، الإنتاج، التوزيع، الاستهلاك، الرأسمال. محاولاً توظيفها بطريقة مختلفة، إلى جانب استخدام أدوات تفسيرية أخرى لفهم الممارسة الاجتماعية فهما مختلفا، مما جعله يولد منظمة مفاهيمية، نذكر أهمها:

➤ الهابيتوس (Habitus)

يظهر من سيرة بورديو، وتطور مشروعه العلمي، أنه كان منشغلاً بقضية اللامساواة التي عاينها وعايشها - في المغرب العربي، وفي الريف والحاضرة الفرنسية - وأراد أن يفهم كيف يمارس الفرد حياته من المهد إلى اللحد، وهو مكبل بالشروط البنائية المختلفة، وينطلق من هذا الفهم إلى هدفه النهائي وهو تأسيس مخطط للممارسة التوليدية والانعكاسية، للتغلب على صور اللامساواة التي تفرضها النخبة السياسية والاقتصادية على الأفراد والجماعات في المجتمع، وعليه فإن بورديو حين قام بنحت مفهوم الهابيتوس كان يحاول الكشف عن المعوقات التي تحول دون الممارسة التوليدية القوية اللازمة للتغيير، ويحاول وضع الشروط اللازمة للتغلب على هذه المعوقات³.

يعرف بورديو الهابيتوس بأنه: "مبدأ مولد للاستراتيجية يمكن الفاعلين من التوافق مع المواقف غير المتوقعة والدائمة التغيير، نسق من الاستعدادات الدائمة القابلة للتطور والتحول يعمل كل لحظة - بشكل لا إرادي غالباً - بدجته للخبرات السابقة كمصفوفة من الإدراكات والتقييمات، ويتيح إنجاز مهام لا نهائية التنوع، وهو عبارة عن بناء ذهني

3- بير بورديو، بعبارة أخرى: محاولات باتجاه سوسيولوجيا انعكاسية، تر: أحمد حسان، دار ميريت للنشر والمعلومات، القاهرة، 2002، ص22.

2- أحمد موسى بدوي، مرجع سبق ذكره، ص12.

3- فاكان لويك، نحو علم ممارسة اجتماعي: بنية سوسيولوجيا بورديو ومنطقها، تر: أحمد حسان، مجلة فصول، العدد:60، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2002، ص184.

ومعرفي يمكن الأفراد من التعامل مع العالم الاجتماعي، وهو منتج تاريخي يتشكل خلال التنشئة الاجتماعية بواسطة التعليم، فعبء التنشئة والتعليم يتكون لدى الفرد رأسمال نوعي مخزون يستخدمه بشكل لاإرادي أثناء الممارسات المختلفة، ويختلف الهايتوس عن مفهوم العادة، على رغم تضمن العادة فيه حيث أن الأخيرة توصف بالتكرارية والميكانيكية، وهي ذات طابع يعيد الإنتاج - فقط - بينما الهايتوس يحمل في ذاته - بحكم طريقة تشكله التاريخي طاقة توليدية قوية قادرة على إعادة التشكيل"¹.

إن بورديو كنتيجة لمعارضته تقسيم العالم الاجتماعي، ينظر إلى " الهايتوس " من خلال ثلاثة مستويات للرؤيا متكاملة ومتفاعلة مع بعضها البعض، في المستوى الأول يقع هايتوس الفرد، ثم في المستوى الثاني هايتوس الجماعة المحلية المحيطة بالفرد بداية من الأسرة وجماعة الأقارب، وجماعة الجيران والأصدقاء، حيث يذهب بورديو إلى أن هذه الجماعات تمتلك الهايتوس الخاص بها، الناتج عن تماثل ظروف الوجود الذي يؤدي إلى تأليف الممارسات وانصهار الفردي في الجمعي، وهو الأمر الذي يتيح للممارسات أن تكون متماثلة موضوعيا دون أي حساب أو قصد ويضل تأثير هايتوس الجماعة في الفرد ممتدا إلى نهاية العمر، والمستوى الثالث هو هايتوس المجال، حيث يرى بورديو أن لكل مجال من المجالات القائمة السياسية والاقتصادية والثقافية... في المجتمع، الهايتوس الخاص بها، وهو عبارة عن مجموعة المهارات والأساليب الفنية والمرجعيات والنظم والمعتقدات الواجب توافرها في عضو هذا المجال دون غيره من المجالات، فالهايتوس العلمي على سبيل المثال يحدد نمط الإنتاج العلمي لجيل من العلماء يختلف عن الأجيال السابقة واللاحقة، والفرد القادر على التجديد والتشكيل في نظرية بورديو شخص يملك نسقا من الاستعدادات يكافح به في الحياة ويرى أن هذا النسق يتشكل بفعل التنشئة والتعليم وهو نسق متغير، ويرى أن آلية الكفاح أو ممارسة الكفاح ضد صعوبات الحياة وضد مختلف أشكال القيود المفروضة على الأفراد في المجتمع تتخذ ثلاثة مسارات محتملة يمكن من خلالها فهم طبيعة الممارسة الاجتماعية لدى الأفراد والجماعات في لحظة تاريخية محددة، ومن ثم يمكن تعديل مسارها ويذهب بورديو إلى أن هذه المسارات هي التوافق الكامل مع الشروط الموضوعية - المجالات - أو التفريق الجذري بين مصالح الفاعل ومحددات الموضوع أو الموقف السليبي².

تؤدي حالة التوافق الكامل إلى الممارسة الاجتماعية العادية (الآلية) ممارسة لا تقدمية تعبر من وجهة نظر بورديو عن قوة هيمنة الطبقة المسيطرة، فالطبقة المسيطرة تسعى دائما إلى نزع القدرة التوليدية من هايتوس الأفراد والجماعات عن طريق التعليم بحيث تعجز الذوات الفاعلة عن إعادة تشكيل الشروط الموضوعية التي تقع تحت تأثيرها وهذه العلمية تتم كما أوضح بورديو عن طريق فكرة مضللة عن المساواة في التعليم، بأنها تتعامل بشكل متساوي مع من هم في الأصل غير متساويين، بحيث لا يلتفت إليها الأفراد والجماعات وغالبا ما يقعون في شرك التمثل اللاإرادي للشروط الموضوعية، المانعة لتوليد الممارسات الجديدة، فنظام التعليم يتبنى دائما ثقافة الطبقة أو الجماعة المسيطرة فيعمل على ترسيخ أنماط محددة من الاستعدادات ولمدة طويلة من بداية مشوار التعليم وحتى دخول سوق العمل - مما يؤدي إلى تشكيل هايتوس الأفراد وفقا لاستراتيجيات الجماعة المسيطرة -، ويتصف هذا التشكل بالديمومة... بحيث يساهم

¹ - بيير بورديو، أسئلة علم الاجتماع: حول الثقافة والسلطة والعنف الرمزي، تر: إبراهيم فتحي، دار العالم الثالث، القاهرة، 1995، ص 199.

² - بيار بورديو، فاكونت، أسئلة علم الاجتماع في علم الاجتماع الانعكاسي، تر: عبد الجليل الكور، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، 1997، ص 93.

في معاودة إنتاج ثقافة الجماعة المسؤولة عن تأسيس وسياسة هذا النظام وحدير بالذكر أن فكرة بورديو عن التوافق الكامل جعلت الكثير من نقاده يرون فيه منظرا للحتمية التي تجعل الفرد مسلوب الارادة اتجاه القيود البنائية المكبلة للفعل والممارسة¹.

➤ المجال (Field):

المجال الواحد، يعوزه فاعلين وشبكة من العلاقات المستقلة عن إرادة هؤلاء الفاعلين ولكل مجال موارده أو رأسماله النوعي الخاص وهيكل من المراكز والمكانات المتدرجة التي تعبر عن مستويات القوة داخل هذا المجال وتحدد مسار الصراع بين الفاعلين الذين يحاولون استثمار الرأس مال النوعي المودع في الهاييتوس الخاص بهم في مجال ما، وذلك بغية الحصول على مكانة رفيعة وزيادة رصيدهم من الرأس مال النوعي داخل هذا المجال².

لم يستخدم بورديو مفهوم المجال في دراسته عن المجتمع الجزائري، وبعد اكتمال الرؤية النقدية توصل إلى أن النظرية السوسيولوجية تتعامل بصورة خاطئة مع عناصر البناء الاجتماعي في لحظة تاريخية ما، بوصفها عناصر يشملها قانون واحد، كاف للتفسير سواء كانت بنائية وظيفية، او بنائية ماركسية، ويذهب بورديو إلى أن المجالات تختلف فيما بينها وكل منها له قانونه الخاص المختلف عن غيره من المجالات الموجودة في الفضاء الاجتماعي، فالصراع بين الفاعلين داخل المجال السياسي يختلف عن الصراع بين الفاعلين في المجال الديني مثلا، كما أن المناصب أو المراكز داخل كل مجال تحتاج إلى رأس مال مختلف والهاييتوس الخاص بالفاعلين المتصارعين على هذه المناصب أو المراكز يختلف كذلك ومن ثم فإن النظرية البنائية العامة لن تقود إلى تفسير وكشف عن العلاقة بين الممارسة الاجتماعية وعناصر البناء الاجتماعي³.

يتضح هنا أن بورديو يقدم مفهوم المجال كأداة تفسيرية وسيطة تربط البناء الاجتماعي بالممارسة الاجتماعية، وتتيح له فهم العلاقات والتفاعلات التي تتم في الحياة الاجتماعية ومن ثم فقد أصبحت الممارسة الاجتماعية تتم في سياق مستويات بنائية، فالبناء الاجتماعي إذا هو مجموعة من المجالات المستقلة نسبيا والمتجانسة بنائيا، والمجال الواحد يتوسط البناء الاجتماعي العام والممارسة⁴.

يذهب (بورديو) إلى أن المجال هو الفضاء الذي تتم فيه عملية إنتاج وتوزيع واستهلاك واستثمار مختلف أشكال الموارد الرمزية والمادية، أو بمعنى آخر المجال هو ميدان الصراع للتحكم في الموارد وتحقيق المصالح، صراع بين القادم الجديد الذي يحاول اختراق حدود المجال لحيازة مركز أو منصب داخله والفاعل المتمركز داخل المجال الذي يحاول الدفاع عن احتكاره للمركز ويحاول أن يقي نفسه خارج دائرة المنافسة، وعليه فلا يمكن فهم بنية المجال إلا من خلال الكشف عن حالة علاقات القوة بين الفاعلين في المؤسسات التي يضمها هذا المجال في لحظة تاريخية محددة. ومن الطبيعي أن يكون للمجالين السياسي والاقتصادي التأثير الأكبر في المجالات الأخرى التي يشملها البناء الاجتماعي

¹ - Hewitt, Nicholas, the cambridge companion to modern french culture, cambridge university press, 2003, p79.

² - أحمد موسى بلوي، مرجع سبق ذكره، ص 14.

³ - Bourdieu Pierre, science of science and reflexivity, translated by richard nice chicago, chicago university press, 2004, p33.

⁴ - IBID, p35.

وكلما قلت مساحة الحرية في المجتمع أصبح للنخبة الاقتصادية والسياسية هيمنتها الظاهرة والمتزايدة على مختلف المجالات الأخرى، ويحدث ذلك بالتدخل السياسي والاقتصادي المربك للمجالات الأخرى والعكس صحيح وكلما زادت مساحة الحرية قل تأثير المجالين السياسي والاقتصادي في باقي المجالات وتصبح العلاقة تضامنية جدلية وليست علاقة متغير سياسي أو اقتصادي مستقل بمتغيرات ثقافية واجتماعية تابعة¹.

كما إن المجال ميدان الكفاح، حيث يذهب بورديو إلى أن الفاعلين أصحاب المكانات المختلفة يتواجهون داخل المجال في كفاحهم المستمر، ولكل منهم أهدافه الخاصة فالبعض يكافح للحفاظ على علاقات القوى المرضية بالنسبة إليه والبعض الآخر يكافح من أجل تغيير هذه العلاقات².

مما سبق يمكن الوقوف على عدة خصائص للمجال، فبنية المجال تاريخية حيث أنها تمثل حالة من حالات علاقة القوة بين الفاعلين أو المؤسسات في لحظة تاريخية محددة، ورأسمال الخاص بالمجال هو الذي يمنح الفاعلين المركز الاجتماعي وكذلك السلطة - العنف المشروع - داخل هذا المجال، وعليه فإن الصراع دائما يكون على احتكار الرأسمال النوعي الخاص بهذا المجال بين القادمين الجدد والمسيطرين بالفعل، بمعنى آخر يكون صراع دائم على الحياة - الإزاحة، إلا أنه ينبغي ملاحظة أن مفهوم الصراع داخل المجالات هو أقرب إلى مفهوم الكفاح والمنافسة، إلا في حالات استثنائية، فالفاعلين في مجال ما يشتركون في عدد مؤكد من المصالح الأساسية فيما بينهم وإلا فقد المجال شروط وجوده وأصبح ساحة للحرب، فالصراع داخل المجال هو مباراة لها قواعد متفق عليها بين اللاعبين وعنف مشروع لإدارة الصراع، وهي قواعد بطبيعتها متغيرة شأن البنية المتغيرة للمجال³.

على أية حال فإن علاقات المجال تظهر للوجود بمستويين المجال الخاص محدد النطاق والمجال العام الواسع النطاق، وستوقف قليلا عند هذين المفهومين لأهميتهما، فالمجال الرياضي على سبيل المثال له رأسماله الخاص الذي يقتصر على فاعلين مهنيين (اللاعبين، المدربين، المديرين، النقاد المتخصصين)، ويكون التفاعل في هذا المستوى داخل الدائرة الخاصة للمجال وتكون الممارسة هنا من النوع الخاص، وتتراتب مكانة الفاعلين وفقا للرأسمال النوعي (الرياضي) الذي يمتلكونه، ولكن الرياضة كمجال يمكن أن تكون نقطة التقاء مع المجال الاقتصادي (التسويق الرياضي) والسياسي (تسييس الرياضة) والثقافي (تذوق الرياضة)، وهنا ينتقل المجال إلى المستوى العام ويصبح المجال الرياضي ساحة للعب والاستثمار النوعي في الوقت ذاته⁴.

وعلى هذا المستوى يمكن لرجل السياسة أن يستثمر في هذا المجال وخاصة خلال الأحداث الرياضية الكبرى بمعنى أن يطوع النشاط الرياضي لتحقيق أهداف سياسية معينة، منها على سبيل المثال: صرف الانتباه بشكل غير مباشر عن الانشغال والتفكير في المشكلات الاقتصادية والسياسية العامة وتغيير مسار التوتر أو القلق.

وعليه فإن لكل مجال رأسماله الرمزي الخاص وهو الذي يحدد درجات المكانة وترتيب القوة داخل المجال دون المستوى العام، فليس بوسع أحد الجماهير أو رجل الاقتصاد أو رجل السياسة أن يدير مباراة رياضية وفقا لرؤيته

¹ - بيير بورديو وآخرون، حرفة علم الاجتماع، تر: نظير جاهل، دار الحقيقة، بيروت، 1993، ص73.

² - Bourdieu Pierre , Ibid,p35.

³ - أحمد موسى بدوي، مرجع سبق ذكره، ص15.

⁴ - المرجع نفسه، ص15.

ويصبح بين يوم وليلة مدربا لفريق رياضي مثلا، هذا يعني أنه دون المستوى الخاص داخل مجال ما يتعذر تحديد درجات المكانة والرفعة أو الشهرة ومقدار القوة لعدم وجود معيار للحكم على الرأسمال الخاص، في هذه الحالة ولعدم وجود تراتب واضح لقوة داخل هذا المجال ومع ذلك فمن الشواهد ما يشير إلى محاولات دائمة لإزالة الحدود بين المستويين الخاص والعام داخل المجال الواحد، ويتم ذلك أيضا في إطار بسط الهيمنة الثقافية والرمزية على كافة جوانب المجتمع.¹

وقد تنبه بورديو، كما يرى (نيكولا هويت) إلى إشكالية العلاقة بين المستوى الخاص للمجال ومستواه العام، ورأى أن تطفل المجال السياسي والاقتصادي على المجالات المختلفة في المجتمع يؤدي إلى حالة من التشوش والارتباك المقصود لصرف الانتباه وتفريغ المجالات من قوتها التوليدية.²

والشواهد كثيرة من كافة المجالات التي يضمها البناء الاجتماعي للحالات التي يصبح فيها المستوى الخاص لمجال من المجالات في حالة تخلف، بحيث يتدهور الرأسمال النوعي الخاص بهذا المجال وتتحول علاقات القوة داخل هذا المجال إلى قوة تعسفية بتحول العنف المشروع إلى عنف غير مشروع، ويحدث انسداد كامل في قنوات الطاقة التوليدية لفعل هذا العنف غير المشروع فأصحاب المراكز (شبه الموروثة في هذه الحالة)، يحولون دون امتلاك أصحاب الرأسمال النوعي -القادر على إعادة تشكيل المجال-، للقوة الكافية التي تتيح لهم إنجاز عملية التشكيل وعندما يحدث ذلك، يفقد هذا المجال دائرة نفوذه ويقل تأثيره تلقائيا في الدوائر التي تلي دائرته الخاصة، ويصبح عامل خصم وليس إضافة في معادلة التنمية والتطوير في المجتمع، ويمكن للقارئ أن يستنتج تشخيصا لحالة مجتمع ما إذا تدهور المستوى الخاص لمجالات بعينها كمجال التعليم، والمجال القضائي، والمجال الرقابي والتشريعي... وغيرها من المجالات الحيوية للمجتمع، وإذا أصبحت هذه المجالات منتهكة من قبل المجال السياسي على نحو خاص.³

➤ الرأسمال النوعي:

يتضح مما سبق أن لكل مجال رأسمالا نوعيا خاصا به، كما أن الأفراد يكتسبون بالتنشئة والتعليم عدة أشكال رئيسية من أنواع الرأسمال، وقد ركز بورديو على أربعة أشكال منها: الرأسمال الاجتماعي، والرأسمال الثقافي، والرأسمال الرمزي، والرأسمال الاقتصادي، وبصفة عامة فإن مفهوم بورديو عن الرأس مال النوعي وكذلك العلاقات التي تربط بين أشكالها يعد من الأدوات التفسيرية المهمة، لفهم الحراك الاجتماعي وصوره وأشكاله وأسبابه، وهو يتميز بقابليته للتطوير والتوسع الدائمين، وتتمثل أهم خاصية للرأسمال النوعي في قابليته للاستثمار والتوظيف للحصول على رأسمال نوعي آخر، عن طريق العلاقات الداخلية التي تربط بينهما بحيث إنهما يخدمان بعضهما البعض بصورة معقدة مباشرة وغير مباشرة، فبورديو مثلا لم ينعم برأس مال اقتصادي موروث فهو ينتمي إلى أسرة فقيرة ولكنه حصل على أكبر قدر من الرأسمال الثقافي عبر التفوق العلمي، وبعد اعتراف الجماعة العلمية الفرنسية بهذه الجدارة اكتسب بورديو

¹ - بيير بورديو، أسئلة علم الاجتماع: حول الثقافة والسلطة والعنف الرمزي، تر: إبراهيم فتحي، دار العالم الثالث، القاهرة، 1995، ص25.

² - Hewitt, Nicholas, Ibid, p62.

³ - أحمد موسى بدوي، مرجع سبق ذكره، ص17.

رأسمالاً رمزياً - مكانة رفيعة - داخل المجتمع، وفي الوقت نفسه كان كل من الرأسمال الثقافي والاجتماعي والرمزي السبب الرئيسي في ازدهار رأسماله الاقتصادي¹.

- **الرأسمال الثقافي:** ينتقل إلى الأفراد بطريقتين الأولى عن طريق الأسرة، فعن طريق الأسرة يمتلك أحماط التفكير والاستعدادات ونظم المعنى ويكتسب قيماً محددة للسلوك، والثانية عن طريق نظام التعليم الذي يعتبره بورديو العائق الثقافي الأكبر لأنه مسؤول عن إعادة إنتاج الأوضاع الاجتماعية القائمة، فالرأسمال الثقافي المكتسب عبر التعليم يعمل على تسوية قيم وثقافة الطبقة المسيطرة بوصفها الثقافة والقيم الموضوعية للمجتمع بأكمله، وهو نوع من العنف الرمزي الذي لا يلتفت إليه أحد...، ويقوم نظام التعليم بتحويل قيم وثقافة الطبقة المسيطرة إلى معرفة. ويكافئ الطلاب الذين ينفذون عمليات اجترار أو إعادة إنتاج هذه القيم والثقافة².

- **الرأسمال الاجتماعي:** يشير إلى مجموعة الصلات التي يعقدها الفرد داخل الشبكة الاجتماعية، فالفرد عضو في شبكات اجتماعية مختلفة ومتنوعة وهذه الشبكات هي مفتاح الفوائد المادية والرمزية، ولا بد له من أن يمتلك رأسمالاً اجتماعياً يمكنه من استثمار العلاقات الاجتماعية المتنوعة لزيادة الرأسمال الكلي الخاص به، مثل: علاقات الجيرة، والعمل، والقربانة...³

- **الرأسمال الرمزي:** يشير إلى درجات المكانة التي يكتسبها الفرد ويتم التعبير عن هذه المكانة أو القوة الرمزية من خلال علامات التمييز داخل كل مجال، تلك العلامات التي تعمل على إبراز وتأكيد المكانة الاجتماعية، أما فيما يتعلق بالرأسمال الاقتصادي فإن بورديو أن كلا من الرأسمال النوعي والاجتماعي والثقافي والرمزي يتداخل بصورة معقدة مع الرأسمال الاقتصادي، بمعنى أنه دائماً توجد مصلحة اقتصادية كامنة داخل كل رأسمال نوعي⁴.

على أية حال، فإن امتلاك الفرد للرأسمال النوعي يقابله وفقاً لنظرية بورديو مكانة ملائمة أو مكافئة لهذا الرأسمال داخل المجال الوثيق الصلة، وربما تصدق وجهة نظر بورديو على المجتمعات الديمقراطية، ولكن على مستوى المجتمعات الأخرى ومنها العربية فإن الشواهد تشير إلى أن المكانة في أحيان كثيرة لا تدل على الرأسمال النوعي الذي يمتلكه الفرد ويرجع السبب إلى أن علاقات القوة التي تمارس داخل مجالات البناء الاجتماعي لهذه المجتمعات تتحكم فيها العلاقة المصلحية والقربانية أحياناً، فممارسة القوة داخل هذه المجالات يتم بشكل متعسف، إذ يضرب عرض الحائط بالحقوق القانونية للأفراد، إنها ممارسة لعنف مادي ظاهر وملموس وخشن يقضي في طريقه على أصحاب المهارات الإبداعية الاستثنائية، وهو أمر معوق للتقدم في كل الأحوال.

1- Field, John, social capital, routledge, new york, 2003, p 13.

2 - Adkins, Lisa and Beverly Skeggs, Feminism after bourdieu, 2004, p59.

3 - Field, John, Ibid, p17.

4 - Ibid, p18.

➤ الممارسة الافتراضية:

انطلاقاً من أن نظرية الممارسة اهتمت بالمجال الواقعي داخل السياق الاجتماعي، فإنه ينبغي علينا أن نسقط المفاهيم الرئيسية لهذه النظرية على المجال الافتراضي، لوجود العديد من القواسم في ذلك، وهو الأمر الذي لم يصرح به (بيار بورديو) في كتاباته البحثية، وهذا ما سنتطرق إليه في النقاط التالية بشكل موجز، تاركين الإسهاب في الموضوع للجانب التطبيقي للدراسة:

- أن الممارسة هي نتيجة التفاعل بين " الهايتوس " و " المجال "، وهذا ما نجده في تفاعل الهايتوس مع المجال الافتراضي.
- التأكيد على أن الفاعل هو إنسان نشط حركي، وهي الخاصية التي يتميز بها المستخدم في المجال الافتراضي.
- في علاقة الفرد بالبناء الاجتماعي، يتعامل مع البناء الافتراضي كبناء رمزي ضمن البنى الاجتماعية الأخرى.
- تتجلى في المجال الافتراضي مجالات الهايتوس الثلاثة: الفرد، الجماعة والمجال.
- أن المجال في تعريف (بيار بورديو) هو الفضاء الذي تتم فيه عملية إنتاج وتوزيع واستهلاك واستثمار مختلف الموارد الرمزية. وهذا ما يتمظهر في المجال الافتراضي.
- أن الممارسة الافتراضية للفاعل تُكوّن لديه الرأسمال الثقافي والاجتماعي، مع التأكيد في منظورنا على القيمي ليتحدد بناء الرأسمال الافتراضي المقصود هنا في الدراسة.

II. نظرية سوسولوجيا الاستخدامات:

ويعتبر هذا المنظور المستخدم فاعلاً مستقلاً (يتمتع بقدرة الابداع) والاستخدامات والممارسات مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالتصورات التي يحملها الأفراد بخصوص الأشياء التقنية.

وتنطلق سوسولوجيا الاستخدامات من فكرة أولية بسيطة مفادها التمييز بين الاستعمال والاستخدام وإزالة الغموض الذي يكتنف توظيفهما لوصف بعض الممارسات الاتصالية باستخدام الوسائط التكنولوجية¹، ويرجع أصل دراسات الاستخدامات في شكلها الحالي إلى الأعمال التأسيسية للباحث (ميشال دو سارتو) الخاصة بالتساؤلات التي طرحها بشأن الممارسات اليومية في مجال التكنولوجيا، وقيامه بتحليل الفارق بين الاستخدامات المبتكرة وتلك الملاحظة بمقابلة عالمن متضادين، عالم الانتاج وعالم الاستهلاك أو الاستخدامات المدركة كممارسات ابداعية وخلاقة التي تساهم في ابتكار الحياة اليومية (l'invention du quotidien)²، هكذا ارتبطت التساؤلات الأولى حول الاستخدامات بملاحظة عدم التطابق بين الاستخدامات المتوقعة والاستخدامات الفعلية*، على سبيل المثال، هل يعتبر التحول عن الاستخدامات انحرافاً أم ابداعاً؟ وما هي طبيعة الاستخدامات المنصوص عليها؟

¹ - Coralie Picault , usages et pratiques de recherches des utilisateurs d'une banque d'images : l'exemple de l'agence de photographie des presse gamma,documentaliste-science de l'information, 2007/06-volume44,p374.

² - Certeau M, l'invention du quotidien,arts de faire, guallimard,paris,1990,p28.

*- مثلاً: الفيديو كان متوقعا أن يستخدم كأداة ابداع واستخدم عملياً كملحق للتلفزيون من أجل مشاهدة الأشرطة، والحاسوب تحول من أداة للتعليم إلى أداة للعب.

والاستخدامات الفعلية والاستخدامات المنحرفة؟ حيث تم الوصول إلى نتيجة مفادها وجود فارق بين الاستخدامات المفكر فيها (les usages pensés) والاستخدامات الفعلية لخطاب الأخصائيين التقني¹. وفي أثر سير البحث حول " الاستخدامات " تطور علم اجتماع استخدامات التقنيات، حيث سنجد تقديمات عند (شامبا 1994)، (جويه 1993 و2000)، و(مالين، توسان 1994)، و(برولكس 2001)، ضمن إطار نفعي، داعيا إلى ملاحظة الإذاعة التي عرفت على أنها تقدم تقنية جديدة، أو كمنتج جديد ضمن الجسم الاجتماعي مع اعتماد نماذج عن الرواد والباحثين من أمثال (روجرز)، وقد اتاح هذا التيار الذي انتقد كثيرا بسبب التباعد الذي أقامه بين كرة الإنتاج وكرة البث، ولرؤيته الدفاعية عن الابتكارات، إمكانية تركيب أولى الأبحاث الكمية عن تكنولوجيا الاعلام، الأمر الذي مكنا لاحقا من تعيين مسارين علميين للطرائق النوعية، إحداها فرانكفوني، والآخر انجلوساكسوني، وهما اليوم على طريق التلاقح، مع إدخال التقنيات في الثقافات، فمدرسة الابتكار ومن ثم مدرسة المعرفة الموزعة هما على تصدي، بسبب الانتباه الذي حملاه، للعلاقات بالاشياء حتى لو كانت احتمالاتهما لا تتخلص أحيانا من الوقوع في تجربة طبيعية(حركة وضعت على تصور التقنيات فقط في المدرسة الأولى، وعلى النماذج المعرفية في الثانية)².

ففي البلدان الفرانكفونية، ابتداء من سنوات 1970 – 1980، ساهمت عدة بحوث في فهم الاستخدامات الخاصة والمهنية للميكروحاسوب، وللأدوات المنزلية، وللCB(التيليماتيك)، ونذكر هنا مجموعة من الأبحاث الرائدة للباحثين من أمثال: (جوزيان جويه، دومينيك بوليه، سارج برولاكس، تيارى بارديني وإيفز توسان)، التي وضحت كيفية القيام بالاستخدامات المقيدة للشبكات من قبل غالبية المستخدمين، خلافا للتوقعات الوهمية، كما تعتبر أعمال (ميشال دو سارتو) أهم المراجع في ذلك، وتجدر الإشارة إلى أن الاستخدام لمستويات متعددة للوصف التي أجراها (ميشال دو سارتو) تبدو في النهاية غامضة في المجالين، "اختراع اليومية" الذي استخدم كنموذج للتقييم الفوضوي للممارسات، حيث أن نص (جاك باريو) لم يكن بعيدا عنه " منطق الاستخدام 1989"، أو مميزا بالنسبة إلى الحركات الثقافية، على طريقة الاجتماعي – السياسي للاستخدامات التي دافع عنها بصورة خاصة (فيتالي و برولاكس و فادال)، وقد تمنى هذا الأخير التشديد على البعد النقدي في تحليل الممارسات باستدكار قدرات استرداد المقاومات من خلال المنتجين، وذلك حتى لا يبقى على التقييم الوحيد للمستخدم الناشط، غالبا ما تتصلب المناهضة بين الإستراتيجية والتكنيك، وبين المجاز والمنهج المؤقت عند (سارتو)، المأخوذة بالمعنى الحرفي³.

أما في البلدان الأنجلوساكسونية، ليست دراسة التقنيات وتخصيصاتها منفصلة عن دراسة وسائل إعلام الجمهور في منشورات الدراسات الثقافية، التي بدورها تمنح امتيازاً إلى علم خصائص الشعوب (الانثروبولوجيا و الانثوغرافيا) في الممارسات، أي مقارنة نوعية تمزج بين تقنيات المجال والدخول إلى الأوساط الشعبية، حتى ضمن إطار نقدي، وفي هذا المجال تضاعفت جهود (دافيد مورلي) حول تفسير المعلومات من قبل الجماهير بدراسة حول التكيف

¹ - السعيد بومعيرة، المعولم والمخلي في الممارسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص211.

² - إريك ميغريه، سوسولوجيا الاتصال ووسائل الاعلام، تر: موريس شريل، ط1، جروس برس، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، لبنان، 2009، ص462.

³ - المرجع نفسه، ص ص 463-464.

الاجتماعي مع وسائل الإعلام في الحيز العائلي، وكذلك جهود (روجيه سيلفر ستون) و (لاسلي هادون)، قد تصدرت المتغيرات مواضيع البحث: العائلة، أهداف الأبحاث، القيم التي يتقاسمها أعضاء الجماعة الواحدة، والعلاقات بين الأصدقاء... وجه هذا التوسيع للثقافات أبحاث (شاري توركل 1984، 1995) نحو استخدامات الحاسوب المتفرع كثيرا حسب الجنس، والدراسات الأولى حول "السييرموند" وألعاب الفيديو في أبحاث (ستيفن جونز 1994 و 1998 كاسيل وجنكنز 1999)، وقد أوضح (دانيال ميلر ودون سلاتر) في مقاربتهم الاثنوغرافية للانترنت، أنهما لاحظا ثقافات مادية وليس تكنولوجيات، ترتبط هذه الأخير بطريقة مبهمة بالأوامر المعيارية إضافة إلى المعوقات والاحتمالات التي تضغط على الممارسات¹.

ولقد ساهم انتشار الحاسوب الآلي وتطور التقنيات الرقمية في تنامي دراسات الاستخدامات والاهتمام بظاهرة فردنة (individualisation) وسائط الاتصال. واعتبر استخدام هذه الوسائط كعامل محفز للمبادرة الشخصية والحرية الفردية، وكوسيلة للتخفيف من وطأة وسائل الإعلام الجماهيرية والتخلص من سطوة التلفزيون، لأن الفرق بين وسائل الاتصال التقليدية ووسائط الاتصال الجديدة من زاوية المستخدم هو أنه غير مستقل تماما بالنسبة للأولى، ولكنه يتمتع باستقلالية كبيرة بالنسبة للثانية².

وتجدر الإشارة إلى أن تقليد دراسات الاستخدامات يتميز بعدة مقاربات منها ما يؤكد على الصلة القائمة بين الأشياء التقنية واستمراريتها في علاقتها بالاستخدامات، أي أن هناك تدرجا بين استعمال وسائط قديمة ووسائط اتصال جديدة، مثلا، فالذي يستخدم الانترنت لا يتوقف على مشاهدة التلفزيون في نفس المضمار يدرس بعض الباحثين الاستخدامات من حيث كونها أنشطة موقفية (استخدام عادي، خارج البيت، احتفائي، مرتبة التكنولوجيات، حال التكنولوجيات)، بينما يركز البعض الآخر على عنصر السياق من خلال ابراز أهمية العلاقة الجدلية بينهما (كالفضاء والزمان) أو التركيز على أثر البيئة الاجتماعية على استخدامات تكنولوجيات الاتصال الجديدة (مع من نستخدم، ممنوعات الاستخدام، قواعد الاستخدام، معايير الاستخدام)، ولذلك يقر الكثير من الباحثين بأن معنى التكنولوجيا الاتصالية الجديدة ينبغي أن يبنى من عملية التفاعل الاجتماعي فيما بين الأفراد³.

ويرتبط بالاستخدامات مقترب التملك الذي يوضح الفوارق في الاستخدامات والمستخدمين بالتركيز على البناء الاجتماعي للاستخدام، وتحديدًا عن طريق المعنى الذي يكتسبه بالنسبة للمستخدم، ويهتم بعملية إدماج الأشياء التقنية في الحياة اليومية للأفراد، ويعني منطق التملك الاجتماعي أن التحكم الإدراكي والتقني لحد أدنى من المعارف وحسن التدبير (savoir faire) يسمح في نهاية المطاف بالاندماج الدال والمبدع لهذه التكنولوجيا في الحياة اليومية للفرد أو الجماعة، وضمن هذا المقترب عكف الباحثون على توضيح أهمية بناء الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية للأفراد في عملية تملك تكنولوجيات الإعلام والاتصال⁴.

¹ - المرجع نفسه، ص ص 464-465.

² - السعيد بومعزة، المعول والمحل في الممارسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص 212.

3 - Fulk J, social construction of communication technology, academy of management journal, 36, 1993 , p921.

4 - CHambat pierre, usages des TIC : évolution des problématiques, technologies de l'information et société, vol 6, 1994, pp249-270.

من جهة أخرى، وفي نفس الميدان يركز منظور الانتشار على تبني التجديدات ووتيرة انتشارها، ويعتبر التغيير في نشاطات أوقات الفراغ، مثل مشاهدة التلفزيون، من بين الأسباب الكامنة وراء التبني، إذ أصبح معروفاً أن قرار الناس لتبني تكنولوجيات اتصالية جديدة يتأثر إلى حد بعيد بالاتصال الاجتماعي مع الآخرين، بما فيهم قادة الرأي والتجديديون، حيث أن التكنولوجيا لا يتم إدخالها في عالم الفرد في عزلة وإنما ضمن شبكات من الأفراد، ولكن تبني التجديد يخضع في نهاية التحليل إلى معايير محددة (الأفضلية والمطابقة مع القيم والتعقيد والاختبار المرئية)¹.

في نفس الاتجاه، أظهرت الدراسات الدور الحاسم الذي تلعبه التصورات في تشكل الممارسات وتوجيهها، كما تساهم الممارسات من ناحيتها في بناء التصورات، ولقد اهتمت الدراسات في هذا الميدان بموضوع "دلالات الاستخدام" التي تشير إلى "التصورات والقيم التي تستثمر في استخدام تقنية أو شيء ما" لأن دلالات الاستخدام ترتبط بتملك الأشياء التقنية وعليها يتوقف اندماجها الاجتماعي، أي اندماج التكنولوجيات في الحياة اليومية للمستخدمين، لأن ذات الاندماج لا يتوقف على الخصائص الداخلية أو الفعلية أو التعقيد (للتكنولوجيا)، وإنما على الدلالات (التصورات) التي يبنها المستخدمون بشأن تلك التكنولوجيا، وهي ناتجة عن المجتمع والتجربة الشخصية للمستخدم، كما يلعب خطاب الصناعة دوراً في تعزيز التصورات الاجتماعية الخاصة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال وتشكل الاستخدامات الاجتماعية².

لقد سبقت الإشارة إلى العلاقة الجدلية بين التصورات والممارسات، وعندما نتحدث عن الممارسة الاتصالية فإننا نعني تلك الاستعمالات المتكررة يومياً لوسائل الاتصال الجديدة إلى درجة أن تصبح جزءاً لا يتجزأ من عادات المستخدمين، من هذا المنظور، ينبغي التمييز بين نوعين من الممارسات الشبابية التي لها علاقة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال. تشير الأولى إلى ممارسات الشباب الاتصالية المتمثلة في نشاطات الإنتاج الاتصالي التي تمكن الشباب من التعبير عن آرائهم، وترمي الثانية إلى ممارسات الشباب الاتصالية التي تمكنهم من التواصل مع الآخرين، وينخرط في النوع الأول العديد من المنظمات مثل جماعات الاتصال ومنظمات عمل الشباب ومنظمات الخدمة الاجتماعية والمنظمات الفنية ومنظمات الإنتاج الاتصالي الشبابي، فهذه المنظمات أنشأت أروضيات للشباب من أجل تقاسم انتاجاتهم الاتصالية ونظمت ورشات اتصالية للشباب، وتستعمل هذه المنظمات شعارات على غرار: وسائل الاتصال المستقلة، وصوت الشباب والتعبير الذاتي³.

في هذا السياق يميز (بولان) بين الممارسات الفعلية الملاحظة عن طريق بعض المؤشرات، والممارسات التي يكشف عنها الباحثون، التي يمكن أن تكون موضوع تحويرات وإعادة بناء سيমানطقي، ونسيان وتشويه...وعليه، يمكن أن يكون هناك تفاوت كبير بين ما يقوله الباحثون حول ممارستهم وبين الممارسات الفعلية التي يقومون بها، وبالتالي، لا يمكن تجاوز هذه العقبة إلا بمنهجية ملائمة تعتمد على عدة أساليب وأدوات (تجديداً المقترَب الاثنوغرافي)⁴.

1- السعيد بومعزة، المعول والمحلي في الممارسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص213.

2- المرجع نفسه، ص213.

3- المرجع نفسه، ص ص 213-214.

4- المرجع نفسه، ص214.

وتجدر الإشارة إلى أن الممارسات الاتصالية ليست عملية استنساخ بسيطة أو عملية تقليد آلية لما يجري في جهات أخرى من العالم وإنما تتوقف على البيئات الخاصة بكل بلد وكل فرد، وبالتالي فهناك تنوع في الممارسات الاتصالية التي تترسخ وسط الجماعات وفق حاجاتها وتوقعاتها ومعوقاتها وعاداتها ورمزوها وأقاليمها، وأن تطبيقاتها ليست عالمية بالمطلق وإنما تنتمي إلى عالم التنوع والتمايز¹.

III. إسقاط المدخل النظري على الدراسة :

تعتبر مجموعة المعارف والخبرات العلمية المكتسبة مرجعية للفرد في الاقتراب من أي مشكلة يواجهها، وتعتبر أيضا بعد تصنيفها بدائل يختار منها الفرد ما يتفق مع طبيعة المشكلة وأبعاد النتائج المتوقعة لها، وفي مجال العلوم الإنسانية والمعارف العلمية المختلفة وتطبيقات الممارسة المهنية، تتعدد البدائل التي يمكن الاستفادة منها في طرح الإطار النظري لمشكلة البحث وردها إلى هذا الإطار، وهذا هو جوهر مفهوم المدخل في بناء الإطار النظري لمشكلة البحث، فيستخدم هذا المفهوم للدلالة على المرجعية العلمية أو المعرفية التي يمكن طرح مشكلة البحث وتفسير نتائج الدراسة في إطارها، وفي هذه الحالة يفيد تحديد هذا المدخل عند الاستقراء وتحقيق الارتباط بين أكثر من فكرة أو اتجاه علمي للنظر إلى المشكلة أو الاستنباط والاستدلال في تفسير الحقائق التي يصل إليها الباحث في إطار المرجعية العلمية أو المعرفية، وهو في هذا يختلف عن المدخل المنهجي الذي يهتم باختيار الطريقة أو الأسلوب في معالجته للمشكلة المطروحة للوصول إلى الحقائق الخاصة بها².

وتتلخص أهمية اختيار المدخل النظري للدراسات الإعلامية أو للمشكلة المطروحة في تحقيق الوظائف التالية³:

1. الاتفاق على المفاهيم والمصطلحات ودلالاتها المقصودة في الدراسة محل البحث.
2. رد المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في بناء المشكلة وتحديدتها إلى أصولها الفكرية والنظرية، وهذا يؤكد الاتفاق على المفاهيم والمصطلحات.
3. توظيف المرجعية العلمية أو المدخل في صياغة الفروض العلمية من خلال النظريات أو التعميمات التي تطرحها هذه المرجعية العلمية.
4. تتجسد أهمية المدخل أو المرجعية العلمية أكثر في بناء إطار التفسير والاستدلال للحقائق التي يتوصل إليها الباحث في دراسته للمشكلة.

ومع تعدد الأفكار والنظريات والعلوم ذات العلاقة بحركة العملية الإعلامية وعلاقتها، تتعدد أيضا المداخل النظرية التي يختار منها الباحث ما يتفق مع طبيعة الظاهرة أو المشكلة الإعلامية، وترتفع أهميتها في تحقيق الوظائف السابقة ومع تعدد هذه المداخل يجب أن يعي الباحث بداية أن هذه المداخل النظرية لا تنتمي فقط إلى نظريات الإعلام أو التعميمات الخاصة بدراساتها، ولكنها تنتمي إلى العديد من العلوم الإنسانية والاجتماعية وحتى الطبيعية الأخرى، لأن

1- المرجع نفسه، ص214.

2- محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص29.

3- المرجع نفسه، ص30.

أهم ما يميز علوم الإعلام والاتصال أنها من العلوم البيئية التي تستفيد من الحقائق والنظريات الخاصة ببناء العلوم الأخرى¹.

ولتوضيح الكيفية التي تمت بها إسقاط افتراضات النظريتين السابقتين في الدراسة، سنضع بين يدي القارئ جدولاً توضيحياً وتبسيطياً، وإن كان الأمر غير مألوفاً من الناحية الشكلية في معظم البحوث، إلا أنه نظراً لعدم استعمال المنظرين بكثرة في بحوث الإعلام والاتصال ومفاهيمهما المركزة، أردنا أن نبسط الأمر أكثر:

نظرية الاستخدامات الاجتماعية	نظرية الممارسة	المنظور مجالات الإسقاط
الاستخدامات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي كأحد مظاهر التقنية	ان الفاعلين في المجال الافتراضي من خلال الممارسة يكونون رأسمالاً افتراضياً	الافتراض العام للنظرية
مفهوم: الاستخدام، التفاعل، الفردانية	مفهوم: الرأسمال بأنواعه، الفعل، الفاعل، الممارسة، المجال، الهايتوس	المفاهيم والمصطلحات
التطرق إلى جوانب الاستخدام وما يتعلق به من مفاهيم كالتمثل.	الانطلاق من فكرة الرأسمال بأنواعه وصولاً للرأسمال الجديد: الاجتماعي، القيمي والثقافي	إشكالية الدراسة
البحث في عادات وأنماط الاستخدام وكذلك تمثيلات الشباب للقيم الثقافية	البحث في الكيفية التي تتجسد فيها القيم في المجال الافتراضي	تساؤلات الدراسة
البحث في كل المعطيات المعرفية المتعلقة بالاستخدام	البحث في مؤشرات البحث والرصيد النظري المتعلق بالنظرية	المعارف النظرية للدراسة
مناقشة نتائج الدراسة في ضوء افتراضات النظرية	مناقشة نتائج الدراسة في ضوء افتراضات النظرية	التفسير والاستدلال

IV. مجالات التكامل بين النظريتين :

1. أن الممارسة لا تكون إلا في ظل الاستخدام.
2. أن جانب الممارسة لا بد وأن ينطلق من تمثل الفاعلين لذواتهم، وللجماعة وللمجال. وهي مجالات الهايتوس.
3. أن المجال الافتراضي له علاقة بكيفية الاستخدام الاجتماعي.
4. كلا النظريتين يؤكدان على نشاط الفاعل وحركيته.
5. كلا النظريتين لم يهملتا الظروف المحيطة بالمستخدم، من خلال إدخال عامل السياق كجزء في التحليل.

¹ - المرجع نفسه، ص30.

تاسعا: منهج الدراسة

اقترن المنهج تاريخيا بظاهرة البحث عن الحقيقة أو ما يعتبر انه الحقيقة، فالمنهج بوصفه: " مجموعة من العمليات الذهنية التي يحاول من خلالها علم (من العلوم) بلوغ الحقائق المتوخاة، مع إمكانية تبيانها والتأكد من صحتها"، طرح " كمسألة... أساسية لجميع العلوم المعروفة لدى الحضارات"¹.

والمنهج هو طائفة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم، أو هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة، وهو أداة اختبار الفروض ويقع عليه عبئ تطويرها وتحقيقها. وإذا كان المنهج يمثل مجموعة القواعد والإجراءات التي يجب أن يتبعها الباحث للوصول إلى النتائج المستهدفة، فإنه يمثل أيضا أداة الباحث في السيطرة على البحث بصفة عامة وضبط إجراءاته طبقا للإجراءات والقواعد المعيارية المميزة لكل منهج، وكذلك يشير - من الناحية التطبيقية- إلى طريقة تعامل الباحث مع القاعدة المعرفية، أو قاعدة البيانات المتاحة لتحقيق أهداف الدراسة، بدءا من جمع البيانات المتاحة لتحقيق أهداف الدراسة، بدءا من جمع البيانات وتصنيفها وتبويبها، ثم تحليلها في إطار العلاقات الفرضية أو تساؤلات البحث، إلى صياغة النتائج، لتقوم بدورها في التفسير أو التعميم أو الضبط أو التنبؤ العلمي².

➤ مدخل لمنهج الاثنوغرافيا:

نحن نستخدم حواسنا الخمس لمعرفة الأشياء: النظر، والسمع، والشم، والتذوق واللمس، لكن هذه الحواس لا تكتسب المعرفة بشكل منفصل، أي لا تكتسبها أي حاسة منها لمصلحتها الخاصة، والأحرى، فإنه أثناء عملية جمع المعلومات والمعارف، فإن هذه الحواس تتفاعل بعضها مع البعض بشكل مستمر، ومع ذلك ففي هذا التفاعل، قد يحدث أن تقوم حاسة منها كمحور أو مركز للحواس الأخرى، تقريبا مثل صانع الألعاب في فريق لكرة السلة، في الحقيقة يمكننا أن نتخيل الحواس الخمس كخمسة أفراد من لاعبي كرة السلة يتناوبون اللعب في دور المحور أو المركز الذي يحتاج دائما لتعاون كل اللاعبين الآخرين عندما يشغلون هذا الدور. في منهج الاثنوغرافيا تكون "الملاحظة" هي أسلوب المعرفة أو الإدراك المحوري، وبالطبع فإنه من الأمور الجوهرية أيضا الاستماع والانصات لمحدثات الممثلين على "خشبة المسرح"، وقراءة الوثائق التي تصدرها الهيئة التي تجري دراستها، وطرح أسئلة على الناس وما إلى ذلك، ولكن أكبر ما يميز الاثنوغرافيا عن غيرها من مناهج البحث هو دور " الفاعل الرئيسي" الذي يقوم بالملاحظة، وإذا ما وضعنا هذا جيدا في اعتبارنا فيمكننا الانتقال إلى مرحلة التعريف³.

يعد تعريف أي مصطلح من الأمور الصعبة دائما لأن هناك الكثير من التعريفات، كما ان هناك وجهات نظر مختلفة، ويلاحظ كل من (أتكنسون و همرسلي) أن: " تعريف مصطلح الاثنوغرافيا كان ولا يزال موضع جدل وخلاف فهو يشير للبعض إلى صيغة نموذج ملفي يلتزم به المرء التزاما كاملا، وبالنسبة للبعض الآخر فإنه يرمز إلى طريقة في البحث يستخدمها المرء بالشكل الملائم عندما يكون الوضع مناسباً"⁴، لكن الجدال والخلاف يمتد لما هو

¹ - فردريك معترف، منهجية العلوم الاجتماعية عند العرب وفي الغرب، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 1985، ص5.

² - محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص15.

³ - جيامبيرو جوبو، إجراء البحث الإثنوغرافي، تر: محمد رشدي، ط1، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2014، ص27.

⁴ - المرجع نفسه، ص 49.

أكثر من ذلك، فلقد أصبح المصطلح في الآونة الأخيرة يتضمن أيضا ممارسات البحث التي قد يمكن أن يتضمنها عنوان رئيسي هو " الاثنوغرافيا"، ومنذ الثمانينات من القرن التاسع عشر حدث توسع في معنى الاثنوغرافيا إلى الحد الذي يجعله يشمل أشكالاً من البحث تختلف اختلافا كبيرا للغاية من وجهة نظر منهجية، كل شيء أصبح الآن اثنوغرافيا: بدءاً من قصص الحياة وحتى تحليل الرسائل والاستبيانات، ومن السيرة الذاتية إلى التحليل الروائي، ومن بحث الأعمال إلى الأداء، ومن بحث ميداني مستمر أياماً قليلة إلى بحث ميداني آخر يستمر عدة سنين، ومنذ بضع سنوات مضت، أشار (جيمس لول) إلى أن " ما يتداوله الناس على أنه اثنوغرافيا في الدراسات الثقافية يفشل في تحقيق المتطلبات الأساسية لجمع البيانات والمعلومات وتسجيلها كالنموذج السائد في معظم الأبحاث الاثنوغرافية الاجتماعية والأبحاث الانثروبولوجية"، لقد أصبحت الاثنوغرافيا كلمة طنانة يساء استخدامها في مجالنا، وقد عبر (ديفيد مورلي) عن نفس الرأي¹.

ويستعمل مصطلح بحوث الاثنوغرافيا في بعض الأحيان كمرادف للبحوث النوعية، ومع ذلك فإن الاثنوغرافيا في الواقع هي نوع خاص من البحوث النوعية، ولأنها استعملت لأول مرة من قبل علماء الانثروبولوجيا وعلماء الاجتماع، فإن الاثنوغرافيا كانت العملية التي يقضي فيها الباحثون وقتاً طويلاً يعيشون مع، ويلاحظون، الثقافات الأخرى في بيئة طبيعية، وساعد هذا الانغمار في الثقافة الأخرى الباحث على فهم طريقة أخرى للحياة كما يرى المنظور الطبيعي، وعلى أية حال، فإن فكرة الاثنوغرافيا تم تكييفها لموضوعات أخرى: العلوم السياسية، والتربية، والعمل الاجتماعي، والاتصالات. وهذه الاختصاصات كانت أقل اهتماماً بوصف طريقة حياة ثقافة بكاملها، وأكثر انشغالا بتحليل وحدات أصغر: الجماعات الفرعية، والمؤسسات، والتنظيمات، والمهن، والجماهير... وللتقليل من الارتباك يقترح (بيرغ) الإشارة إلى الدراسة التقليدية للثقافات برمتها بأنها الاثنوغرافيا الكبرى/الكلية، وإلى دراسة وحدات التحليل الأصغر بأنها الاثنوغرافيا الصغرى/الجزئية، وهذه المقاربة الأخيرة هي الأكثر استخداماً من قبل الباحثين في وسائل الاعلام، وإضافة إلى ذلك، يشير (سارانتاكوس) إلى أنه يمكن جمع الاثنوغرافيا في فئتين: الوصفية والنقدية، والاثنوغرافيا الوصفية هي الأسلوب الأكثر تقليدية، والمعروف أكثر، وفي المقابل فإن الاثنوغرافيا النقدية تستخدم النماذج النقدية، فهي تختبر عوامل مثل القوة، والسيطرة، كما تحاول كشف الأجندات المخفية².

وبعض النظر عن تركيزها أو نهجها، فإن بحوث الاثنوغرافيا تتميز بأربع صفات³:

1. انها تضع الباحث في وسط الموضوع قيد الدراسة، فالباحث يذهب إلى البيانات وليس العكس.
2. انها تؤكد على دراسة القضية أو الموضوع من إطار مرجعية الباحثين.
3. انها تتضمن قضاء قدر كبير من الوقت في الميدان.
4. انها تستخدم مجموعة متنوعة من تقنيات البحث بما فيها الملاحظة، والمقابلة، وحفظ المذكرات/اليوميات، وتحليل الوثائق المتوفرة، والتصوير الفوتوغرافي، وتسجيل الفيديو. . .

¹ - المرجع نفسه، ص 50.

² - روجر وجر، جوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، تر: صالح أبو اصبح، فاروق منصور، ط1، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، 2013، ص ص 260-261.

³ - المرجع نفسه، ص 262.

ويرجع تاريخ مولد المنهج الاثنوغرافي عادة للفترة بين أواخر القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، وقد تطور هذا المنهج داخليا لتصبح اثنولوجيا، وهو فرع من المعرفة انشق في النصف الأول من القرن التاسع عشر من الأثنولوجيا التقليدية، والتي كانت الصيغة المادية والبيولوجية تتحكم فيه وتسيطر عليه في ذلك الوقت، وكانت الاثنولوجيا تهتم أكثر ما تهتم بدراسة البشر (من خلال مقارنة الأشياء المادية التي صنعها الانسان)، وثقافتهم وتصنيف ملاحظاتهم وصفاتهم البارزة، وقبل ظهور منهجية الاثنوغرافيا، لم يجمع علماء الاثنولوجيا المعلومات من خلال الملاحظة المستمرة، وبدلا من ذلك قاموا بدراسة وفحص علم الإحصاء، وسجلات ومحفوظات الدوائر والبعثات الحكومية، ومراكز التوثيق، وروايات الرحلات والتقارير التي كتبت عنها، والاكتشافات الأركيولوجية المتعلقة بعلم الآثار القديمة، والسلع الوطنية او الأغراض التي تم تأنيثها عن طريق من يجمعون القطع الفنية الغريبة والدخيلة، أو أجروا محادثات مع الرحالة وأعضاء البعثات والمستكشفين. واعتبر علماء الاثنولوجيا أعضاء الشعوب من المواطنين " بدائيين" أو همجيين غير قابلين للتعليم، ولم يكن يمكن استخدامهم كإخباريين (في الدراسات الميدانية)، لأنه لم يكن من الممكن أن توضع فيهم الثقة لتقديم معلومات موضوعية، وانطبق هذا التحيز والتعصب أيضا على الفقراء في المملكة المتحدة في نهاية القرن التاسع عشر¹.

لم يصبح منهج الاثنوغرافيا علما بارزا بقوة فجأة في الأثنولوجيا، وبالأحرى فإنه نشأ وظهر بالتدريج من خلال أعمال مؤلفين متعددين، من بينهم (برونيسلوكي مالينوفسكي) عالم الاثنولوجيا ذي الأصل البولندي، وعالم الأثنولوجيا الانجليزي (ألفريد آر رد كليف براون) استوعبت الاثنولوجيا الاجتماعية الإنجليزية ذات الطابع الاثنوغرافي المناخ الفكري السائد لأصحاب الفلسفة الوضعية ووضعت نفسها في المقدمة، طبقا لما ذكره (راد كليف براون) باعتبارها " علما طبيعيا للمجتمع" كان قادرا أكثر من الطرق الأخرى التي استخدمها علماء الاثنولوجيا في ذلك الوقت على تقديم وصف موضوعي لثقافة ما، كان هجوم (راد كليف براون) العدواني الجدلي العنيف موجها ضد الأثنولوجيا التأملية أو " المكتبية" السائدة، التي كانت تفضل الاعتماد على مصادر ثانوية بدلا من التعهد باستخدام ملاحظة مباشرة الحقائق الاجتماعية (العادات، والاجراءات التفصيلية الروتينية اليومية) من أجل الكشف عن القوانين التي تحكم المجتمع².

ويعتبر (مالينوفسكي) عادة أول من وضع منهجا لمنهجية الاثنوغرافيا، ففي مقدمته الشهيرة لكتابه " مغامرو المحيط الباسيفيكي الغربي" الذي يعرض بحثه الذي أجراه حول " جزر تروبرباد" لأرخبيل " ميلانيزيا" البعيدة قليلا عن جنوة الجديدة الشرقية، حيث يصف المبادئ المنهجية التي تشكل الجزء الأساسي من الهدف الرئيسي للاثنوغرافيا، وهو " فهم وجهة نظر المواطن، وعلاقته بالحياة، وذلك لمعرفة رؤيته لعالمه"، وعاش مالينوفسكي من أجل هذا الهدف لمدة عامين، وسط أهل هذه الجزر وتعلم لغتهم، واستخدم المواطنين لإبلاغه المعلومات، ولاحظ الحياة الاجتماعية للقرية بشكل مباشر، وشارك في أنشطة الحياة اليومية فيها. لقد دشّن مالينوفسكس مشهدا " من الداخل" كان يمكن لعلماء الاثنولوجيا الامريكان في الخمسينيات من القرن العشرين أن يسموه منظور " مرجعية

¹- جيامبيرو جوبو، مرجع سبق ذكره، ص 33-34.

²- المرجع نفسه، ص 34-35.

المبحوث " كمقابل لمنظور " مرجعية الباحث " أو المنظور المقارن، الذي سعى بدلا من ذلك لإنشاء قوائم تفيد المحللين لكنها ليست مهمة بالضرورة لأعضاء الثقافة التي تتم الدراسة عليهم¹.

ومنذ العشرينيات من القرن العشرين وما بعدها، أدمج منهج الاثنوغرافيا مع علم الاجتماع حيث تبناه الباحثون الذين كان معظمهم يتبع قسم علم الاجتماع في جامعة شيكاغو، ثم تم إدماجه مع علم النفس، ومع أن منهج الاثنوغرافيا اكتسب فائدته ومعناه من الاثنولوجيا، فإنه قبل ذلك بسبعين سنة كاملة كان مهندس التعدين الفرنسي (بيير لو بلاي) الذي أصبح أحد علماء الاجتماع فيما بعد، قد استخدم أشكالا بدائية من الملاحظة المشاركة، عندما أقام مع عائلات الطبقة العاملة التي كان يتولى دراستها. واستخدم الرجل الإنجليزي الخير والحب للبشر (سيوهوم بي. راونتري) أيضا أشكالا بدائية من الملاحظة بالمشاركة، من أجل تحريته عن الفقر والظروف المعيشية في أحياء الفقراء في لندن².

➤ التوجه نحو اثنوغرافيا الاستقبال:

خاضت بحوث استهلاك الوسائط الاعلامية في نهاية السبعينيات تجربة اصطلاح عليها بـ " التحول الاثنوغرافي"، في العرف البريطاني الفكري العريض " للدراسات الثقافية" التي أسسها البريطاني (ريتشارد هوجارت)، والمؤرخ وعالم الاجتماع الإنجليزي (إدوارد ثومسون)، والروائي والناقد الويلزي " من إقليم ويلز (ريموند ويليامز) في أواخر الخمسينيات، وقد كان هذا التحول إيذانا بظهور منهج جديد داخل نطاق دراسات وسائل الاتصال التي كانت يطلق عليها بشكل منوع اسم " اثنوغرافيا الاستقبال" أو " اثنوغرافيا الجمهور الجديدة" أو " الاثنوغرافيا النقدية"³.

وقبل التحول الاثنوغرافي كان محللو وسائل الاتصال ينسبون للتلفزيون قوى هائلة في توجيه أذواق وآراء الناس والتحكم فيها، ولقد نشأت وجهة النظر النظرية هذه من المذهب الماركسي (في فرنسا عن طريق الفيلسوف لويس ألتوسير، وفي ألمانيا عن طريق تيودور أدورنو وماكس هوركهايمر من مدرسة فرانكفورت)، الذي أكد أن وسائل الاتصال كانت أدوات تستخدمها الدولة للدعاية الايديولوجية السائدة ونشرها، ولم يكن العلماء والباحثون الذي كانوا يعملون في مجال الدراسات الثقافية معارضين تماما لوجهة النظر هذه بقدر ما أقروا بان التلفزيون كان وسيلة قوية للاغراء والاقناع، لكنهم انتقدوا " الحتمية النصية" للمذهب أو النظرية، ودعواها بان برنامج التلفزيون كان في حد ذاته قادرا على أن يؤثر في آراء المشاهدين أو يفرض سلفا اتجاهاته ونزعاته، وطبقا لرأي (ستوارت هل) وهو ممثل قيادي آخر في الدراسات الثقافية، فإنه على العكس من ذلك، لم تكن جماهير المستهلكين مستقبليين سلبيين للمعاني على الإطلاق: بل إنهم كانوا يقدمون معانيهم الخاصة بهم، وكان يمكنهم حتى وأن يرفضوا تلك المعاني التي كانت تقترحها النصوص التلفزيونية، بالطبع كان النص يسعى لأن ينقل فحوى الرسائل، ولكن إذا لم تتقبلها الجماهير بسرعة وبشكل فعلي، كانت تلك النصوص تصبح بلا أي وقع أو تأثير، لذا فصل الباحثون النظريون في وسائل الاتصال

¹- المرجع نفسه، ص 35.

²- المرجع نفسه، ص 36.

³- المرجع نفسه، ص 127.

بشكل غير سليم النص " برنامج التلفزيون " من السياق " استقباله " ناسين أن تفسير النص كان يتأثر بشدة بالظروف التي شاهدها الجمهور فيها، لم تكن مشاهدة التلفزيون بالنشاط المعزل الذي يعرض في هدوء تام، وأنت جالس وحدك في غرفة مظلمة، كما كان يتخيل العلماء الأكاديميون والأحرى أنها كانت نشاطا يؤدي في سياق عائلي محلي عريض يحدد الاستقبال ويقرره، فعلى سبيل المثال: يشاهد الناس برامج التلفزيون أثناء تناولهم لوجبة الغداء بينما يتناقش المتلفون حول مائدة الطعام، ويتدخلون في انسياب وتدفق وسائل الاتصال، وبالتالي يقطعون تواصلهم معها. وتبعاً لهذا يصبح هناك مساحة بين المنتج " للبرنامج " والمستهلك النهائي " المشاهد " حيث تحدد أوجه النشاط العائلي ظروف استقبال البرنامج، وبعبارة لا يمكن التكهن بها بسهولة¹.

من أجل هذا أصدرت " الاثنوغرافيا النقدية " مقالات نقد ضد نظريات وسائل الاتصال السائدة حتى الآن، الأول ضد نظريات وسائل الاتصال التي كانت تستخدم بكثرة، والثاني ضد المنهجيات التي كانت وما زالت تستخدم بكثرة في دراسة استهلاك الوسائط الاعلامية، على سبيل المثال انتقد (آين آنج)، بشكل قاطع منهجية بحث الصناعة التلفزيونية، وعلى وجه الخصوص طرق " قياس الجمهور " المستخدمة في تجميع أرقام التقديرات، ومع ان تقنيات الأبحاث هذه خدمت المصالح الاقتصادية لصناعة الاعلانات، فإنها لم تتمكن من فهم وإدراك منظومة وسيلة الاعلام الخاصة بجمهور المشاهدين والمستمعين والحاضرين والشكل العلمي المنوع لهذه الممارسة الاجتماعية والثقافية باعتبارها تجربة عايشتها بالفعل، وعلى النقيض من ذلك استطاعت الاثنوغرافيا وصف ممارسات الاستهلاك من وجهة النظر الفعلية الواقعية للجماهير الحقيقية، من خلال رسم الخطوط الكبرى للمعاني التي ينسبها مستهلكو وسائل الاتصال للنصوص والتقنيات التي يلقونها في حياتهم اليومية².

كان هناك ثلاثة معاهد أساسية مشاركة في اثنوغرافيا الاستقبال: مركز الدراسات الثقافية المعاصرة (CCCS) في جامعة برمنجهام، ومركز الأبحاث للتجديد والابتكار، والثقافة والتكنولوجيا في جامعة برونل، ومعهد لودويج أوهلاند الألماني للدراسات الثقافية الإمبريقية (ekw) في جامعة توبنجن، ومع ذلك كانت أول دراسة تستفيد استفادة شاملة من منهج البحث الاثنوغرافي مشروعاً أمريكياً استغرق تنفيذه ثلاثة سنوات تولى تنفيذه (جيمس لول) حول " الفوائد الاجتماعية للتلفزيون من خلال العائلات "³.

وقرب نهاية الثمانينات، بدأ (جيمس لال) و (دوروثي هوبسون) و (ديفيد مورلي) و (روجر سيلفرستون) و (شون موريس)، و (آين آنج) و (جانيس رادواي)، وآخرون كثيرون من اثنوغرافيين الاستقبال في التفكير ملياً في مناهج أبحاثهم وفي اختبار فعالية وصحة اكتشافاتهم بشكل انتقادي، وذلك لأنهم لم يضعوا في اعتبارهم من قبل مطلقاً مدى ما يمكن أن يكون عليه تأثير وجود الباحث في مجال خاص كمجال الأسرة على سلوك الباحثين المستهدفين الذين تتم ملاحظتهم، علاوة على ذلك، ومع موجة أنثروبولوجيا مرحلة ما بعد الاستعمار، بدأوا يسألون أنفسهم عن علاقات القوى بين الباحثين والمشاركين، وكيف يمكن أن يشتت هذا اللاتناظر (أو اللاتماثل)

1- المرجع نفسه، ص 127-128.

2- المرجع نفسه، ص 128-129.

3- المرجع نفسه، ص 129.

سلوك المشاركين ويكبح جماح ردود أفعالهم. وأصبحت هذه المواضيع بعد ذلك الفقرات الرئيسية في أجناسات الاثنوغرافيين للحركة النسائية وما بعد الحداثة¹.

➤ إثنوغرافيا الانترنت (النتنوغرافي) :

الاثنوغرافيا الافتراضية (على الانترنت) هي تطوير جديد نسبيا في البحوث النوعية، وينطوي أسلوب الاثنوغرافيا التقليدي على انغماس الباحثين في الوضع والظروف والحياة اليومية، لمن يدرسونه. وتمدد الاثنوغرافيا الافتراضية هذه إلى فضاء الانترنت (cyberspace) وتشمل طائفة متنوعة من التقنيات. وبشكل نموذجي قد يطلب من العينة المستهدفة من المشاركين²:

➤ أن يحتفظوا بيوميات على الانترنت بأفكارهم وسلوكياتهم فيما يتعلق بغرض الدراسة.

➤ أن يلتقطوا صورا ذات علاقة بالدراسة وأن يحملوها، ليقوم الباحثون بتحليلها.

➤ أن يشاركوا في المقابلة المكثفة على الانترنت معتمدة على مضمون يومياتهم وصورهم.

➤ أن يزودوا الباحثين بجولة افتراضية في محيطهم عبر كاميرا الويب (webcam).

وثمة أسلوب اثنوغرافي عبر الانترنت هو الانغماس / الانغماس، وهو سلسلة من التمارين والاختبارات الاسقاطية تعطي الباحثين لمحة عن حياة الأشخاص الذين يقومون ببحثهم، ويستخدم أسلوب الاثنوغرافيا الافتراضية من قبل العاملين الممارسين أكثر مما يستخدم من قبل الأكاديميين، ولكن قد يتغير هذا الوضع إذ أن المنهاج يزداد شعبية.

ويقدم (اشمايل وتوماس) مثلا عن الاثنوغرافيا الافتراضية كما تستخدمها بحوث الاعلان، وقد استخدمت (بورترى) تقنية الاثنوغرافيا حول مدونات الفتيات المراهقات، وأجرى (بويلستورف) دراسة اثنوغرافية استغرقت سنتين عن الموقع الافتراضي الحياة الثانية، وقد استخدم في دراسته تجسيدا (أفاتار) عاش مع سكان المجتمع الافتراضي ورتبهم بالطريقة نفسها التي قد يقوم بها عالم أنثروبولوجيا عند دراسته لثقافة ما في العالم الحقيقي³.

وحدثا قد ظهر تيار بحثي جديد أطلق عليه الباحث (روبرت كوزين) مفهوم " النتنوغرافي"⁴، ويقصد به تطبيق المنهج الاثنوغرافي في الفضاء الانترنتي، وما يهمنا هنا هو تحليل شبكات التواصل الاجتماعي من خلال هذا

¹ - المرجع نفسه، ص 131.

² - روجر وجر، جوزيف دومينيك، مرجع سبق ذكره، ص 264.

³ - المرجع نفسه، ص 266.

⁴ - Robert V.Kozinets, Netnography : Doing ethnographic research online, sage, London,2010,p28.

المنهج، فتحليل الشبكة الاجتماعية هو طريقة تحليلية تركز على الهياكل وأنماط العلاقات بين الأطراف الفاعلة الاجتماعية في الشبكة، وهناك وحدتين رئيسيتين من التحليل هما: "الأطراف" (الأطراف التفاعلية) و "العلاقات" (العلاقات بينهما)، و أمثلة من العلاقات تشمل تبادل المعلومات، والمعاملات الاقتصادية، ونقل الموارد، والجمعيات أو الانتماءات المشتركة، والعلاقات الجنسية، والروابط الجسدية، وتبادل الأفكار أو القيم، وهلم جرا مجموعة من الناس الذين ترتبط بهم علاقات اجتماعية معينة.

ويؤكد في ذات السياق أن تحليل الشبكة الاجتماعية له أسسه في علم الاجتماع، القياس الاجتماعي، وبالتالي تحليل الشبكات الاجتماعية يتعامل في علائقية البيانات، وعلى الرغم من أنه من الممكن للمناهج الكمية تحليل ذلك إحصائياً، إلا أن محللو الشبكات الاجتماعية يسعون إلى وصف شبكات العلاقات بأقصى قدر ممكن، ويذكر من الأنماط البارزة في مثل هذا التحليل الشبكاتي، تتبع تدفق المعلومات (وغيرها من الموارد)، واكتشاف ما آثار ذلك على العلاقات وتصورات الناس والمنظمات.

وقد أكد هذا الطرح المنهجي الجديد، على تحليل الجماعات الثقافية في هذه الشبكات، من خلال تحليل الفاعلين، والمنتج النهائي لهذا التفاعل المتمظهر على شكل الثقافة في بعدها القيمي في هذه الدراسة، وبالنسبة للأدوات البحثية التي يشتغل عليها هذا المنهج، هي نفسها الموجودة في المنهج الاثنوغرافي، مع الحفاظ على خصوصية الفضاء الشبكاتي وما يطرحه من تمايزات منهجية بحثية.

عاشرا: مجتمع وعينة الدراسة

يعرف مجتمع البحث على أنه المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته¹.

والشباب كما سبق تعريفه مرحلة عمرية، تتنوع خصائصها واحتياجاتها وتختلف رؤية الباحثين في تحديد عمرها الزمني، إلا أننا سننطلق من التعريف الإجرائي السابق الذكر، وعليه فإن مجتمع الدراسة هم فئة الشباب الجزائري. وعند الحديث عن الشباب نجد أنفسنا أمام رهانين، الرهان الأول يتمثل في: إشكالية التعريف وصعوبة

¹ - محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص130.

التحديد، والرهان الثاني أن مجتمع بحثنا كبير جدا حيث ان نسبة الشباب في المجتمع الجزائري تبلغ نسبة كبيرة، فحسب آخر الإحصائيات التي تحصلنا عليها فإن نسبة الشباب في الجزائر كانت 15 مليون و300 ألف شاب¹.

➤ عينة الدراسة :

على الرغم من الاتجاه إلى التخصص في محتوى وسائل الإعلام بما يتفق مع حاجات فئات الجمهور إلا أن الكشف عن الأهداف الخاصة بدراسة هذا المحتوى في وسائل الإعلام المختلفة يحتاج إلى التعامل مع أعداد كبيرة من الوثائق المطبوعة أو المسجلة خلال فترات زمنية طويلة تفرضها الأهداف الخاصة بدراسة المحتوى المنشور أو المذاع خلالها.²

ولذلك فإن من أهم الخصائص المميزة للدراسات الإعلامية أنها تتعامل مع قاعدة معرفية عريضة أساسها المحتوى المنشور أو المذاع خلال ساعات أو أيام أو فترات زمنية طويلة ، وهذا ما يحول دون التعامل مع هذه القاعدة المعرفية بأسلوب الحصر أو الرصد الشامل لكل مفرداتها ، ويصبح التعامل بنظام العينات هو الأساس في الدراسات الإعلامية فيلجأ الباحث إلى اختيار عدد محدود من المفردات يكون ممثلا في خصائصه وسماته للمجموع من المحتوى ، بما يتفق مع أهداف الدراسة في حدود الوقت والإمكانات المتاحة³.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه الدراسة على العينة العمدية أو القصدية (العينات غير الاحتمالية) التي تعرف على أنها : " العينة التي يختارها الباحث بطريقة عمدية ، طبقا لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث"⁴ . ورغم السلبيات التي يتميز بها هذا النوع من العينات إلا أننا لجأنا إلى ذلك بسبب :

❖ غياب قاعدة بيانات خاصة بالشباب المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر.

❖ كثافة وكبر مجتمع البحث.

❖ تقعد الظاهرة وتركيزها.

❖ معرفتنا لخصائص المبحوثين.

ولذلك تم اختيار : 30 شاب جزائري، وذلك بالاعتماد على المعايير التالية :

- الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي.
- التنوع في المراحل العمرية. (ضمن فترة 18 - 30 سنة).

¹ - تصريح مدير السكان، بوزارة الصحة والسكان، جريدة النهار، 2017/05/03.

² - المرجع نفسه ، ص 129.

³ - المرجع نفسه ، ص 129.

⁴ - المرجع نفسه ، ص 141.

- معرفتنا الجيدة للمبشرين.

وقد أجهنا إلى التقليل من عدد العينة نظرا للأسباب التالية:

- أن البحث الاثنوغرافي يتطلب معايشة المبشرين، وذلك يتطلب جهدا كبيرا، ونظرا لما يتوفر عندنا من جهود فإننا نرى بأن هذا القدر كافي.
- أن البحوث الاثنوغرافية على العموم تتجه إلى التقليل من العينات، وما يهم في ذلك هو التحليل المعبر عن الظاهرة.
- أن هذا العدد يتوافق مع الطرح الذي قدمه (كرسويل) المتعلق بأن المعاينة الاثنوغرافية تركز على مجموعة ثقافية واحدة¹، ويحددها (مورس) بين 30 إلى 50 مقابلة²، وهو ما يتوافر في عينة دراستنا. وقد امتدت فترة الدراسة لمدة ثمانية (08) أشهر من عام 2017 مقسمة على النحو التالي:
- فترة المقابلة الخاصة بعادات وأنماط استخدام المبشرين، وتمثلتهم للقيم الثقافية، وكانت خلال شهر: مارس.
- فترة الملاحظة بالمعايشة لعادات وأنماط استخدام المبشرين، وكانت خلال أشهر: أبريل، ماي، جوان.
- فترة المقابلة الخاصة بالقيم الثقافية المكتسبة لدى المبشرين، وذلك خلال شهر: جويلية.
- فترة الملاحظة الخاصة بالقيم الثقافية المكتسبة: أوت، سبتمبر، أكتوبر 2017.

احدى عشر: أدوات الدراسة

تساعد أدوات جمع البيانات الباحث في الوصول إلى نتائج علمية ودقيقة، وبخاصة إذا أحسن الباحث توظيفها بشكل يمكنه من جمع المعلومات المطلوبة ذات الصلة بموضوع بحثه وتساؤلاته، ومن ثم فإن عملية اختيار الأدوات المناسبة تعد ضرورة منهجية على الباحث أن يوليها أهمية قصوى، إذ تعد هذه الأدوات حجر الزاوية في مجال البحث العلمي، ويعتمد اختيار الباحث لأداة جمع المعلومات على عدة عوامل منها:³

1. طبيعة البحث ومدى ملائمة طريقة جمع البيانات

2. طبيعة مجتمع وعينة الدراسة

3. ظروف الباحث وقدراته المالية والوقت المتاح له.

4. مدى معرفته بالطريقة أو الأداة

¹ - Creswell,J, W , educational research : planning,conducting,and evaluating quantitative and qualitative research pearson education, 2002,p25.

²- Mors,J ,M , designing funded qualitative research,thousand oaks, sage,1994,p235.

³ - ربحي مصطفى علبان ، مناهج وأساليب البحث العلمي :النظرية والتطبيق، ط01، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2000 ، ص 81-82.

المقابلة المكثفة*:

- إن المقابلات المكثفة، أو المقابلات المعمقة، هي في جوهرها مقابلات فريدة من نوعها للأسباب التالية¹:
- تستخدم بشكل عام عينات أصغر.
 - توفر خلفية مفصلة عن الأسباب التي يقدمها المستجوبون لإجابات محددة، ويمكن الحصول على بيانات تفصيلية فيما يتعلق بآراء المشاركين/المستجوبين، وقيمهم، ودوافعهم، واستنكاراتهم، وتجاربهم، ومشاعرهم.
 - تسمح بملاحظة مطولة لإجابات المشاركين غير اللفظية.
 - طويلة في العادة، وعلى خلاف المقابلات الشخصية المستخدمة في البحوث المسحية التي قد تستغرق بضع دقائق فقط، فالمقابلة المكثفة قد تستغرق عدة ساعات، وقد تتطلب أكثر من جلسة واحدة.
 - يمكن تفصيلها لكل من المشاركين فرديا، ففي المقابلة الشخصية يتم عادة توجيه الأسئلة نفسها إلى كل المشاركين، وتسمح المقابلة المكثفة للباحثين بتشكيل أسئلتهم اعتمادا على إجابات كل مشارك.
 - قد تتأثر بمناخ المقابلة، ونجاح المقابلة المكثفة يعتمد على الألفة التي تنشأ بين الباحث والمبحوث إلى درجة أكبر من المقابلة الشخصية.

وعليه فالمقابلة الاثنوغرافية نوع من المقابلة التفاعلية، ويجريها الاثنوغرافي أثناء مواصلة إجراء بحثه في الميدان والغرض منها الكشف عن المعاني الثقافية التي يستخدمها المبحوثون، والبحث والتحري عن نواحي الثقافة التي يتم ملاحظتها، والتي تكون لا تزال غير واضحة أو مبهمة بالرغم من انها قد تكون موضوع ملاحظة مباشرة ودقيقة².

وتختلف المقابلات الاثنوغرافية عن المقابلات التفاعلية من عدة نواح، أولا في المقابلة الاثنوغرافية يعرف من يجري المقابلة ومن تجرى المقابلة معه بعضهما البعض من قبل اجرائها، وسبق أن تكلم كل منهما مع الآخر، وهذا يحدث مناخا وجدانيا عاطفيا بينهما، ثانيا في المقابلات الاثنوغرافية لا يحدد جدول أو برنامج لها عادة لكنها تعقد دون تحضير لها أثناء جريان الملاحظة بالمشاركة، ثالثا تكون المقابلات الاثنوغرافية في غالب الأمر أقصر زمنا من المقابلات التفاعلية، كما أنها تركز أكثر من غيرها على موضوعات محددة، ربما يطرح الباحث قليلا من الأسئلة المختصرة حول مشهد لاحظته كي يفهم أسباب حدوث ردود فعل معينة، أو عن معنى رد فعل أو لفظة معينة. وأخيرا، فإن الباحث يقل اهتمامه بتحقيق هدفه المعرفي في مقابلة واحدة فقط، لأنه يمكن حل مشاكل الشكوك، والحالات الغامضة وعدم التأكد من تفسيرات معينة في مقابلات تلي المقابلة الأولى خلال الفترة الزمنية التي يجري البحث فيها،

* - تم توصيفها بالمكثفة دعما للطرح الذي ذهب إليه (روجر وجر و جوزيف دومينيك)، وللتفرقة بينها وبين المقابلة في البحوث الكمية.

¹ - روجر وجر، جوزيف دومينيك، مرجع سبق ذكره، ص250.

² - المرجع نفسه، ص384.

يمكن استخدام المقابلة الاثنوغرافية التي تجرى في البداية على أنها استراتيجية لكسب القبول، أو تستخدم لإذابة الجليد، وخلق الثقة وعلاقة تعاونية مع المبحوثين¹.

وقد يختار الاثنوغرافي من يجري معهم المقابلة بطريقتين مختلفتين: بالاتصال بالمشاركين حول مشهد محدد تمت ملاحظته من قبل، أو بالاتصال بأعضاء من المجتمع الصغير الذي تجري دراسته، في الحالة الثانية يستطيع الاثنوغرافي استخدام اجراءات طبقا لمتطلبات البحث الذي يجريه².

وهناك اتجاه آخر في جعل كل مهمة معرفية (يفرضها السؤال) مألوفة بقدر الامكان لمن تجرى معهم المقابلة، ونتيجة لذلك فإن محاولة تحويل ما هو تفاعل "غير طبيعي" بشكل جوهري فعلي إلى تفاعل "طبيعي" قد تبدو محاولة متناقضة وغير معقولة، وربما تكون مستحيلة، وتعتبر الاستراتيجيات التي تستخدمها (لوريا) إستراتيجيات توضح هذا المفهوم: "وعُقدت هذه المحادثات كثيرا في مجموعات، وحتى في مقابلات مع شخص واحد فقط، وشكل من يجري التجارب والتابعون الآخرون له مجموعة من شخصين أو ثلاثة، يستمعون جميعا بانتباه، وأحيانا يقدمون ملحوظاتهم، وكثيرا ما أخذت المحادثات شكل تبادل آراء بين المشاركين. . . وبالتدرج فقط قدم من يجرون التجارب المهام المعدة، والتي كانت تشبه "الألغاز" المألوفة لدى السكان، وبالتالي بدت امتدادا للمحادثات"³.

كما أنه ينبغي تسجيل المقابلات كلما كان ذلك ممكنا، أولا لأن جهاز التسجيل له ميزة لا شك فيها وهي تقديم وثيقة يمكن الاعتماد عليها أكثر من غيرها، وثانيا لأن الاثنوغرافي يكون غير محتاج أن يدون ملاحظات أثناء المدة التي يتكلم فيها مع من تجرى المقابلة معه، وبالتالي فهو يركز بدقة أكثر على حديث الفاعل⁴.
وسنعمد في المقابلة الاثنوغرافية لخدمة مجموعة من الأهداف:

1. معرفة عادات وأنماط استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي.
 2. معرفة تمثلات عينة الدراسة للقيم الثقافية في شبكات التواصل الاجتماعي.
 3. معرفة أهم القيم المكتسبة من خلال استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي.
- ولتحقيق ذلك فقد قمنا بتصميم استمارة المقابلة، وفق الخطوات التالية:

- **الخطوة الأولى:** تصميم استمارة المقابلة في جزأها الأول بعد تبيان البيانات الشخصية لكل مبحوث وفقا للمحاور التالية:

المحور الأول: يتعلق بعادات وأنماط استخدام المبحوث لمواقع التواصل الاجتماعي. (12 سؤال)

المحور الثاني: حول تمثلات المبحوث للقيم الثقافية من خلال تقسيمها إلى تمثلاته حول: (القيمة المركزية، المجال الذاتي للقيمة المركزية "الحرية، الهوية، والخصوصية"، المجال الزماني والمكاني، والقيمة الأصلية). (36 سؤال)

¹- المرجع نفسه، ص385.

²- المرجع نفسه، ص394.

³- المرجع نفسه، ص394.

⁴- المرجع نفسه، ص395.

-**الخطوة الثانية:** بعد تحليل إجابات الباحثين، وتحليل الملاحظات كذلك، تم تصميم الجزء الثاني من الاستمارة والمتمثل في استنتاج القيم الثقافية التي عبر عنها الباحثون في تمثلاتهم، وكشف عنها الباحث في ملاحظاته، وذلك في شكل:

المحور الثالث: القيم الثقافية المكتسبة من خلال التأكيد أو التقليل أو نفي اكتسابها بالنسبة للمبحوث (مع ضرورة ملاحظات الباحث للاكتساب واقعيًا). (40 سؤال)

وكنا نخصص لكل مبحوث أكثر من ثلاثة (03) ساعات لإجراء المقابلة، مع وجود فترات متقطعة لذلك والتطوير في شرح بعض الأسئلة.

2. الملاحظة بالمشاركة:

تعطى للملاحظة أهمية كبيرة كمصدر رئيسي للمعلومات في المنهج الاثنوغرافي، خاصة الملاحظة بالمشاركة والتي تتميز بمجموعة من الخصائص يمكن أن نجملها على النحو التالي¹:

- ينشئ الباحث علاقة مباشرة مع من يقومون بأعمال تأخذ في اعتبارها أفعال وردود أفعال الأفراد.

- الإقامة والبقاء في بيئتهم الطبيعية.

- بغرض ملاحظة ومراقبة ووصف سلوكهم.

- بالتفاعل معهم والمشاركة في الإجراءات التفصيلية الروتينية في حياتهم اليومية.

- معرفة مبادئهم وقواعد سلوكهم (أو جزء منها على أقل تقدير) من اجل فهم معنى أفعالهم.

فيتطلب المنهج الاثنوغرافي من الباحث أن يشارك في الحياة الاجتماعية لمن يتم ملاحظتهم، بينما يحافظ في نفس الوقت على المسافة المعرفية المدركة الكافية حتى يمكنها أن تؤدي عملها العلمي بطريقة مرضية، لذا يجب على الباحث إيجاد توازن صعب بين موقفين متضادين يمكن أن نسميهما " استغراق وانفصال"².

ومن وجهة النظر الفلسفية، من المستحيل تحقيق هذا التوازن لأن " المجتمع والناس منظمان بشكل جيد جدا لدرجة أن أهداف الفهم العلمي والتعاطفي (للحصول على المعاني) تعد أهدافا تنافسية من حيث المبدأ، وقد لا يكون في الإمكان أن تصبح مشاركا وعالما في وقت واحد"، وكما أشار الفيلسوف النمساوي (ألفريد شوتز) فإن هذه الاستحالة المعرفية لا تتعلق بالباحث وحده، فهي تؤثر أيضا في من يلعبون أدوارا اجتماعية ممن يرغب الباحث في دراستهم، إذ يقول: " إن المبحوث الذي يتولى تسيير شؤون نفسه بشكل مستمر لديه في ذهنه حافز ودافع السبب،

¹ - جيامبيرو جوبو، مرجع سبق ذكره، ص 28.

² - المرجع نفسه، ص ص 31 - 32.

بمعنى آخر، لأداء أفعاله المستمرة التي تعرض له، كما تملئها الظروف عليه، وبالرجوع إلى الوراء وتذكره لما أنجزه من عمل... عندها فقط يمكنه أن يفهم حافز السبب الذي جعله يعزم على أن يفعل ما قام به من فعل أو أفعال أو ما كان يتخيل أو يعرض أن يفعله، ولكنه عندما يتوقف عن الفعل، فإنه يصبح ملاحظاً أو مراقباً لنفسه¹.

لذا فإن المبحوث الذي يقوم بأفعال / يشارك يختلف بشكل مؤقت ومعرفي عن المبحوث الذي يلاحظ ويراقب، وبالتالي فإن المشاركة والملاحظة ليستا اتجاهين متضادين أو متناقضين، وهما بالاحرى وجهان متميزان بارزان للحياة الاجتماعية (مثل الأبحاث) وهما لا يتناقضان مع بعضهما لانهما لا يتداخلان ولا يتخطى أحدهما الآخر.

وتتضمن الملاحظة بالمشاركة تناقضا ظاهريا آخر وصفه وصفا جيدا (أليساندرو ديورانتى) عالم الانثروبولوجيا واللغوي الايطالي حين قال: " كلما غمر الانثوغرافي نفسه في الحقائق والوقائع الاجتماعية، وكلما اكتسب طريقة في التصرف وفي تفسير الواقع وترجمته بشكل يشبه تغير المبحوثين الذين يقوم بدراساتهم، بدا سلوكهم وتصرفاتهم ورؤيتهم النسبية للعالم طبيعية بالنسبة له، وبالتالي يصعب عليه فهمها وإدراكها"².

في ضوء هذه الاعتبارات فإن التناقض يضعف من وجهة النظر العملية التطبيقية ويوهنها، رغم أنها تظل تحفظ خصوصيتها وتميزها في جعل البحث العلمي قادرا على التأمل الذاتي لذا فكون الباحث يصبح " داخل " أو " خارج " القواعد والقوانين الثقافية في آن واحد أو بشكل متقطع، يعد عنصرا طبيعيا للدور الذي يلعبه³.

ومن خلال اعتبارنا جزءا من السياق الذي ستنم فيه الدراسة وتقاسمنا للعديد من خصائص المبحوثين خاصة في استخدامات شبكات التواصل الاجتماعية فإننا سنحاول قدر الإمكان مواصلة التفكير المستمر، وكتابة الملاحظات والمذكرات، وتسجيل الأحداث، ثم تفسيرها وفق ما فرضته علينا أهداف البحث بشكل من الخوض التام " داخل " الثقافة التي نريد دراستها. و قد تم توظيف الملاحظة بالمشاركة لملاحظة استخدامات الفاعلين عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي وهذا وفق التصميم التالي:

- تم تصميم بطاقة ملاحظة لكل مبحوث على حدى تحمل بياناته الخاصة.
- أن الملاحظة كانت بعد المقابلة في تطبيقها زمنيا.
- أن الملاحظات كنا نسجلها بطريقة لا يعلم بها المبحوث أنه مُلاحظ.

¹- المرجع نفسه، ص 32.

²- المرجع نفسه، ص 33.

³- المرجع نفسه، ص 33.

الإطار المنهجي للدراسة

- تم تقسيم العينة المبحوثة في ملاحظتنا إلى ثلاثة فئات، حتى يأخذ كل مبحوث حقه من الملاحظة طيلة فترات الشهر، وذلك من خلال تركيزنا على عشرة (10) مبحوثين، كل عشرة (10) أيام ، وقد تم تصنيف المبحوثين لهذه الفئات وفقا لاشتراكهم في مكان الالتقاء، واجتماعهم في أزمنا محددة، وفقا للجدول التالي:

اليوم	الشهر الأول	الشهر الثاني	الشهر الثالث
01	الفئة الأولى	الفئة الثانية	الفئة الثالثة
02	الفئة الأولى	الفئة الثانية	الفئة الثالثة
03	الفئة الأولى	الفئة الثانية	الفئة الثالثة
04	الفئة الأولى	الفئة الثانية	الفئة الثالثة
05	الفئة الأولى	الفئة الثانية	الفئة الثالثة
06	الفئة الأولى	الفئة الثانية	الفئة الثالثة
07	الفئة الأولى	الفئة الثانية	الفئة الثالثة
08	الفئة الأولى	الفئة الثانية	الفئة الثالثة
09	الفئة الأولى	الفئة الثانية	الفئة الثالثة
10	الفئة الأولى	الفئة الثانية	الفئة الثالثة
11	الفئة الثانية	الفئة الثالثة	الفئة الأولى
12	الفئة الثانية	الفئة الثالثة	الفئة الأولى
13	الفئة الثانية	الفئة الثالثة	الفئة الأولى
14	الفئة الثانية	الفئة الثالثة	الفئة الأولى
15	الفئة الثانية	الفئة الثالثة	الفئة الأولى
16	الفئة الثانية	الفئة الثالثة	الفئة الأولى
17	الفئة الثانية	الفئة الثالثة	الفئة الأولى
18	الفئة الثانية	الفئة الثالثة	الفئة الأولى
19	الفئة الثانية	الفئة الثالثة	الفئة الأولى
20	الفئة الثانية	الفئة الثالثة	الفئة الأولى
21	الفئة الثالثة	الفئة الأولى	الفئة الثانية
22	الفئة الثالثة	الفئة الأولى	الفئة الثانية
23	الفئة الثالثة	الفئة الأولى	الفئة الثانية
24	الفئة الثالثة	الفئة الأولى	الفئة الثانية

25	الفئة الثالثة	الفئة الأولى	الفئة الثانية
26	الفئة الثالثة	الفئة الأولى	الفئة الثانية
27	الفئة الثالثة	الفئة الأولى	الفئة الثانية
28	الفئة الثالثة	الفئة الأولى	الفئة الثانية
29	الفئة الثالثة	الفئة الأولى	الفئة الثانية
30	الفئة الثالثة	الفئة الأولى	الفئة الثانية

اثنا عشر: الصدق والثبات

إن معاني الثبات والصدق لها معانٍ دلالية في البحوث النوعية، فالمناهج النوعية تستخدم طرقاً متميزة ودقيقة لحساب هوامش الثبات، وكذلك عدة تقنيات معقدة تؤكد على الصدق، إلا أن هذه المفاهيم لا تترجم بصورة جيدة في النموذج التفسيري الذي تدخل ضمنه البحوث الاثنوغرافية، وكما يشير (لندلوف) يميز البحث التفسيري الطبيعة المتغيرة والتصور مع مرور الوقت للسلوك، ومهما يكن من أمر، ورغم أنه ينظر إليها على أنها مختلفة إلا أن الثبات والصدق ليسا أقل أهمية من البحث النوعي، وهما تساعدان القارئ على تقرير كم من الثقة يمكن وضعها في نتائج الدراسة، وهل باستطاعته تصديق استنتاجات الباحث، أو كما قال (لندلوف): "في الأساس، نحن نريد أن نبعث الثقة في القراء (وفي أنفسنا) بأن ما أنجزناه هو تفسيرات صحيحة"، أو كما عبر عنه (هامرسلي)، يتحقق الصدق عندما يكون وصف الظاهرة التي تمت ملاحظتها يصور بدقة ما تم ملاحظته.

وبدلاً من التركيز على الصدق والثبات، خاطب (ميكوت ومورهاوس) مسألة موثوقية مشروع البحث النوعي، وقد لخصها في أربعة عوامل تساعد على بناء الثقة¹، سنعرضها بطريقة إسقاطية على الدراسة:

1. الأساليب المتعددة لجمع البيانات: فاستخدام المقابلات إضافة إلى الملاحظات الميدانية، تقترح

أن الموضوع قد تم فحصه من عدة زوايا مختلفة، مما يساعد على بناء الثقة في النتائج، وهذا ما تم العمل به في دراستنا، من خلال الاعتماد على أداتي المقابلة والملاحظة كما بينا ذلك سابقاً.

2. ممر التدقيق: هذا العامل هو في الأساس تسجيل دائم للبيانات الأصلية المستخدمة في التحليل

وتعليقات الباحث ومناهج التحليل، ويسمح ممر التدقيق للآخرين بفحص عملية الفكر الموجودة في عمل الباحثين كما يسمح لهم بتقييم دقة استنتاجاتهم، وقد تم استخدام هذا الممر من خلال المحافظة على نفس منهجية التسجيل الملاحظاتي.

¹ - Maykut, P. and R. Morehouse, Beginning Qualitative Research, Flamer press, bristol, 1994, pp 29-30.

3. مراجعة الأعضاء: تطبيقاً لهذه التقنية كنا نطلب من المشاركين في البحث بعد قراءة المقابلات الخاص بهم، وكشفنا للملاحظات التي سجلناها عنهم، أن يقولوا ما إذا كنا قد وصفنا بدقة ما قيل.
4. فريق البحث: تفترض هذه الطريقة أن أعضاء الفريق يبقي كلا منهم الآخر صادقاً ونحو الهدف عند وصف البيانات وتفسيرها، وعند الاقتضاء يُطلب من شخص خارجي مراقبة العملية وطرح أسئلة عن احتمال التحيز أو إساءة التفسير، وهذه الطريقة استخدمناها مع بعض المبحوثين فقط.

ويقترح (كريسويل) نهجاً آخر للمساعدة في التحقق من الصدق والثبات هو "استخلاص المعلومات"¹: ويتألف هذا من وجود شخص خارج المشروع يسأل عن معاني الباحث وأساليبه وتفسيراته، وهي طريقة أقرب من طريقة التحكيم في البحوث الأخرى، وعليه فقد أعطينا استمارة المقابلة لمحكم* له علاقة بموضوع الدراسة وبالتخصص، بالإضافة إلى إرسال بعض الأعمال التفسيرية له، ومقارنة مدى الموثوقية فيها، والتي كانت في الغالب تتسم بالإيجابية.

¹ - Creswell, J, W ,Ibid, p296.

* - أ. د. أحمد الجودي، جامعة أوريغو، السويد.

الإطار النظري



أولاً: القيم الثقافية...قراءة اتصالية اعلامية

ا. مدخل نظري للقيم الثقافية:

1. الدراسة العلمية للقيم
 - 1.1 إشكالية الدراسة العلمية للقيم
 - 2.1 بدايات الدراسة العلمية للقيم.
 - 3.1 أسباب التوجه إلى الدراسة العلمية للقيم.
2. الثقافة بين التأصيل القيمي وضرورة التألف
 - 1.2 التفاعل بين القيم والثقافة.
 - 2.2 القيم الثقافية: جدلية المحلي – الكوني.
 - 3.2 الثقافة في إطار الوعي التأويلي
3. القيم الثقافية للمجتمع الجزائري
 - 1.3 قراءة في المقومات.
 - 2.3 واقع القيم الثقافية في المجتمع الجزائري.
 - 3.3 ملامح أزمة القيم الثقافية لدى الشباب الجزائري.

اا. سلطة القيم الثقافية في التواصل

1. سلطة القيم الثقافية في أنواع التواصل
 - 1.1 أنواع التواصل.
 - 2.1 النماذج المعرفية الخاصة بأنواع التواصل.
 - 3.1 الجانب الثقافي لأنواع التواصل.
2. التواصل ضمن التحليل القيمي الثقافي
 - 1.2 الاتصال والذات الاجتماعية والبنى الثقافية.
 - 2.2 أنثروبولوجيا الاتصال كمدخل لتفسير القيم الثقافية.
 - 3.2 رهان " الفهم " الاتصالي في المجتمعات اللامرئية.
3. عملية اكتساب القيم الثقافية اتصاليا
 - 1.3 اكتساب نسق القيم الثقافية
 - 2.3 الأطر النظرية المفسرة لاكتساب القيم الثقافية.
 - 3.3 الأبعاد الخفية للقيم الثقافية المكتسبة اتصاليا.

ااا. سؤال القيم الثقافية في الفكر الإعلامي – الاتصالي

1. القيم والثقافة في وسائل الإعلام
 - 1.1 رموز القيم الثقافية في وسائل الإعلام.
 - 2.1 أصناف المحتوى القيمي الثقافي لوسائل الاعلام.
 - 3.1 جوانب التأثير الاعلامي (الايجابية والسلبية) على القيم الثقافية.
2. القيم الثقافية في الفكر الإعلامي – الاتصالي الغربي
 - 1.2 التواصل في المشروع القيمي ل(هانز جوناكس) و (كارل أوتو آبل).
 - 2.2 القيم في "الفعل الاتصالي" عند (يورغان هابرماس).
 - 3.2 نظرية " أخلاق الكائن الانساني " ل(كليفلورد كريستنز).
3. القيم الثقافية في الفكر الإعلامي – الاتصالي العربي
 - 1.3 "الانتمائية" لمواجهة التحديات القيميية لثورة الإعلام والاتصال عند (طه عبد الرحمان).
 - 2.3 نظرية "الاحتمية القيميية في الإعلام" ل(عزي عبد الرحمان).
 - 3.3 بحوث "القيم الثقافية" ضمن "القيم الإسلامية" في المنطقة العربية.

تمهيد:

يعتبر تناول القيمي للثقافة خطوة نحو التأصيل الحقيقي للمؤشرات الثقافية في طابعها الرمزي، والتي توصف بأنها تحمل شكلا تجريديا يقترب من تصورات الضبط والتحكم التي تملئها خصوصيات المرجعية للسلوك الإنساني، فالتناول لمفاهيم القيم والثقافية ينبغي أن يكون مرتبطا بمدى تأثير هذه السلطة الرمزية في مظهرات السلوك، أي بمعنى كيف يتجسد السلوك من حيث وظيفته الاجتماعية انطلاقا من مرجعية القيم والثقافة. فإن تناولنا المفرد لكل من مفهومي القيم والثقافة، لا يعني أبدا أننا نسعى للفصل بينهما، بقدر إعطاء لكل مفهوم حقه من التحليل والمناقشة، ليبقى الربط هو في النهاية نتيجة سيتم إدراكها من خلال عرض خطوط التماس بين المفهومين، فكلاهما تعبير عن امتداد انسيابي يصعب حل خيوطه التفصيلية حتى وإن وجدت بعض الاجتهادات البحثية التي قصرت القى في الرمزي والثقافة في السلوك.

وعليه فإن هذا الفصل سيعالج هذين المفهومين من خلال حضورهما في التراث النظري الفكري الغربي والعربي على حد سواء، متعرضين للرهانات التي أصبح يعيشها عالم اليوم في منظومته القيمية - الثقافية، والمتعلقة أساسا بجذلية المحلي - الكوني، والتي نسعى من خلالها لفهم كيفية حضور الأنا مع الآخر في ظل اللاعدل الذي يسود أرجاء هذه المعمورة، وخضوع كل المؤشرات - حتى الرمزية منها- لمنطق القوة، وحتى نكون أقرب مجال الدراسة فإننا سنتناول موضوع القيم الثقافية سياقيا، بمعنى حضور هذين المفهومين وملامسة واقعهما في السياق الجزائري.

وللإشارة فإن أغلب الدراسات والبحوث التي تناولت القيم الثقافية، قد تم ادراجها في خانات علوم محددة كالفلسفة وعلم الاجتماع والانثروبولوجيا وحتى الممارسات الثقافية...، إلا أن الجزء الثاني في هذا الفصل سيحاول إعطاء مقارنة للقيم الثقافية انطلاقا من الجانب التواصل، أي بمعنى كيفية تدخل التواصل من حيث الاستمولوجيا المعرفية للمفهومين، وكذلك من حيث حضوره في عملية الاكتساب القيمي، وهذا سيختصر علينا فهم التواصل كمفهوم له دور في تنشيط التفاعلية بين استقطاب القيم الثقافية للسلوك، أو من حيث استحضار الأفراد للقيم الثقافية في سلوكهم، فلولا هذا المفهوم - التواصل - لكانت رمزيات هذه المفاهيم حبيسة التأمل بعيدة عن مدركات الذات وعن التعبير السلوكي الواضح الذي نستطيع من خلاله فهم هذه القيم الثقافية.

ولقد كانت هذه الإشارة التواصلية للقيم الثقافية، محل اهتمام مجموعة من الباحثين في الفكري الغربي والعربي، حتى وإن كانت بعض هذه الاجتهادات لم تصرح بذلك بطريقة مكشوفة، إلا أننا حاولنا استنباطها من هذه المشاريع الفكرية، ولم يكن ذلك قصرا على مفهوم الاتصال فقط، وإنما من خلال إدخال متغير " الإعلام " ضمن معادلة البحث والربط بينه وبين القيم الثقافية، وهو ما سنحاول معرفته في الجزء الثالث من هذا الفصل.

I. مدخل نظري للقيم الثقافية:

1. الدراسة العلمية للقيم:

1.1 إشكالية الدراسة العلمية للقيم:

هناك مجموعة كبيرة من الإشكاليات التي تعترض الباحث والدارس عند دراسته للقيم، والتي ارتأينا من الضرورة التنويه إليها بداية قبل الخوض في تفاصيل هذا المفهوم.

فيلاحظ (روكيتش) أنه من بين الاشكاليات التي تواجه دارس القيم هو الضعف المسجل في نظرية القيم، والضعف يعود إلى غياب الاتفاق فيما بين الباحثين والذي يظهر على عدة مستويات¹:

- المستوى الأول بعدم القدرة على تحديد مصدر القيمة هل هو العالم الامبريقي أم العالم الروحي؟ وربما هذا العجز يكمن سببه في التأثير الذي خلفته كتابات (تالكوت بارسونز) وبالتحديد ورقته بعنوان: " Relegious Organization in the united statey " أو " المنظمة الدينية في الولايات المتحدة" عام 1958، والتي يقر فيها ضمنا بالجذور الدينية للقيم، اما المستوى الآخر فيتعلق بالتوكيد المفرط على النظرة إلى القيم كمعايير، وبالتالي التركيز في نظرية القيمة على فكرة الامتناع للمعايير الاجتماعية والتقليل المتطابق من أدوار الادراك الانتقائي والعقل في الفعل الانساني.
- أما المستوى الثاني فيكمن في عدم وجود مقياس واحد لقياس القيم، ففي وقت مبكر إذ لاحظ في هذا الصدد (توماس كاوتر) أن العقل البشري الخلاق للقيم لم يستطع ابتكار وسيلة لقياس القيم حيث لم يتسن ذلك إلا بعد مدة من الزمن حيث ابتكر (روكيتش) مقياسه الشهير في 1968 والذي أصبح منذ ذلك التاريخ يطبق على نطاق واسع وساهم كثيرا في إعطاء دفع لدراسات القيم، كما ساعد باحثين آخرين على صياغة مقاييس أخرى أو تعديل مقياس (روكيتش) على غرار مقاييس (كال) و (شوارتز) و (بولاي)، وغيرها كثير.

إن صعوبة دراسة القيم جعلت (دافيد أيرل) يقول: "إننا مهما قصدنا بكلمة قيمة، فإن ميدان القيم على ما يبدو عليه، عصي الإمام والإحاطة به من جميع الجوانب، فـ(روكيتش) الذي كتب كثيرا في ميدان القيم قد لاحظ بأن دراسة القيم ما زالت في مرحلة ما قبل التطور، وقد تعبر هذه الإشكالية في حد ذاتها عن قيمة ضمنية توجه

¹ - السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، مرجع سبق ذكره، ص 142.

تفكير الباحث ومواقفه وتجعل الباحثين يقدمون تعاريف مختلفة للقيمة، ولكنها تشير إلى نفس الظاهرة، من جهة أخرى فإن كل باحث يحاول أن يعرف القيمة وفق ما يراه وما يعتقد، وحسب ما يخدم غرض الظاهرة التي يدرسها، وما يزيد في التعقيد والغموض في دراسة القيمة أنها ليست حكرا على فرع معرفي واحد وإنما هي موضوع دراسة من طرف عدة فروع معرفية كالفلسفة وعلم الاجتماع والنفس والاقتصاد* والسياسة والجمال، وفي ذات الفروع المعرفية توجد رؤى مختلفة بخصوص القيمة¹.

2.1 بدايات الدراسة العلمية للقيم:

على الرغم من أن مضمون القيمة في الفكر الإنساني بعيد الغور في تاريخ الفكر البشري، إلا أن المفهوم جديد لا يتجاوز القرن العشرين، وقد كان ظهوره بفعل عوامل تاريخية وفكرية محددة، ويعد الميلاد الجديد للكانطية في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، هو أساس المعالجة المستقلة للقيمة، فلقد طرح (رودولف لوتز) بصفة استثنائية مشكلة الوجود باعتباره حقلا للغايات النهائية التي تعد سيرورة مباشرة نحو الحقيقة، ثم ستتطور المسألة في الاتجاهات الأساسية للنفسانية والفينومينولوجيا وفلسفة القيم².

يذكر (لوي لافيل) في كتابه " مبحث القيم " فضل الدول الجرمانية في نمو وتطور " الأكسيولوجية " في الفكر المعاصر، وذلك عبر تلك الأدبيات الأكسيولوجية التي أظهرها الفكر في هذه المنطقة، إذ أن تناول مفهوم القيمة وجد صدى كبير داخل الفلسفة الألمانية، كما كان أثره بينا في تطور الأكسيولوجيا في الفلسفة الغربية المعاصرة³.

ولعل التطور الحاسم لنظرية القيمة يعود إلى (نتشه) بكشفه لطبيعة التقويم، فالقيم ليست غايات في ذاتها إنما صيرورة ضرورية لإرادة القوة، ويعود الفضل له في النمو المطرد لنظرية القيمة في ألمانيا وأوروبا بوجه عام، فهو الفيلسوف الذي ألقى الوعي الفلسفي بسؤاله عن قيمة الوجود بمعزل عن القيمة، فإذا بالقيمة هي التي تخلق الوجود، وهنا يعاد النظر في التصور اليوناني القديم، الذي أسس الأنطولوجيا* بوصفها جذر الأكسيولوجيا، ويعني (نتشه) تصورا مغايرا يؤدي مباشرة للسؤال عن قيمة الوجود انطلاقا من القيمة⁴.

* - بدأ مصطلح القيمة من حيث معناه الإقتصادي مع (توماس هوبز)، فيعتبر الفيلسوف الذي عرف القيمة على قاعدة التثمين الإقتصادي، إذ تكمن قيمة الانسان في الثمن الذي قد يتم جنيه من جراء استخدامه لسلطته.

¹ - المرجع نفسه، ص ص 142 - 143.

² - نورة بوحناش، العلم وجدل القيمة في الفكر الغربي المعاصر، أفريقيا الشرق، المغرب، 2014، ص 64.

³ - المرجع نفسه، ص ص 64 - 65.

*- علم الوجود.

⁴ - نتشه، أفول الأصنام، تر: حسان بورقية وحسان ناجي، ط 1، إفريقيا الشرق، 1996، ص 42.

في تفصيله للقيمة في التاريخ تاريخاً ومرجعية، يأبى (لويل لا فيل) إلا أن يذكر التأثير الكبير لـ (فرانس برنتانو)، بل يعده قاعدة التأسيس المرجعي التي إذا لم يتم اعتبارها لا يمكن فهم الاكسيولوجيا في عصر الحداثة، بما أمده هذا الحقل من وعي موضوعي وآخر منهجي، فإليه يعود الفضل في تفصيل مضمون القيمة " فكللمات قيمة، خير، شر، تفضيل، منفعة، واجب، لم تنل مفهومها الصحيح إلا بفضل فرانس برنتانو " ¹.

ثم يستمر (لافيل) في تتبع صدى تأثير فلسفة (برنتانو) التي تطورت مع (هوسرل) صاحب الفينومينولوجيا، ولعل هذا التواصل الطردي لفكر (برنتانو)، يحمل (لافيل) إلى التركيز على (ماكس شيلر) و (نيكولاي هاريمان) كتلميذين يعتد بهما في مجال النمو المطرد لنظرية القيمة في الفلسفة الغربية المعاصرة ².

ولا بد من ذكر التطور الذي أحدثه كل من (ألكسيوس ميونغ) و (كريستيان اهرنفاتس)، وهما من تلاميذ (برنتانو) في التأسيس الموضوعي والمنهجي لنظرية القيمة، فقد كتب (ألكسيوس ميونغ) كتاب " الأبحاث النفسية " حول نظرية القيمة سنة 1897، مبينا العلاقة بين القيمة وقوة عاطفة التقويم، أما (كريستيان اهرنفاتس) فقد اقترح في كتابه النظرية النسقية للقيمة سنة 1897 أن يكون قياس القيمة على قاعدة الرغبة ³.

تتطور فلسفة القيمة بعد ذلك مع (ولهم ونبلاذ) وهو من مدرسة " بادن " في ألمانيا، إذ قام بتحليل الطبيعة الموضوعية للقيمة على قاعدة كانطية، وذلك بعيداً عن العناصر النفسية التي قد تبدو موجودة في التقويم، هذه الفلسفة نجد لها تطورا بعد ذلك مع (هينريك ركارترز) في كتابه " علوم الثقافة وعلوم الطبيعة "، إذ يميز بين القيم التي تهيمن على قيم المعاني، ومن هنا قام بتصنيف القيم، وستستمر مدرسة " بادن " في اعطاء التطور المفهومي للقيمة مع (هوغو مانستاربرغ) والذي وضع في كتابه " فلسفة القيمة " سنة 1908، تصنيفاً للقيم فرق فيه بين القيم الحيوية والقيم الثقافية ⁴.

وتحت تأثير تاريخية (دلتاي) يؤسس (ماكس فيبر) نظريته الخاصة حول القيم، رافضاً أن تكون للقيم معاني ميتافيزيقية متعالية، كما وصلت إلى ذلك الكانطية الجديدة، بل القيم لها رباط مباشر بالوضعية الإنسانية ⁵.

1 - Louis Lavelle , Traite des valeurs, p u f, paris, p 100.

2 - IBID, p 101.

3- نورة بوحناش، مرجع سبق ذكره، ص66.

4- المرجع نفسه، ص67.

5- لوران فلوري، ماكس فيبر، تر: محمد علي مقلد، ط01، دار الكتب الجديدة المتحدة، لبنان، 2001، ص44.

وقد تمكن المنهج الظاهراتي من تأسيس آلية الرؤية الموضوعية للقيمة بتلك الافتراضات المنهجية التي مكنت من وضع المفاهيم بين قوسين وتعليق الحكم، ويعد (ماكس شيلر) هو الفيلسوف الألماني، الذي مكن من التطور اللائق لنظرية القيمة، بعدما أضفى عليها البعد المنهجي الظاهراتي، ثم سيأتي (نيكولاي هاريمان) والذي يضع تأويلا مميزا لمفهوم القيمة¹.

أما في فرنسا فقد ارتبط تطور نظرية القيمة بـ(بول لاربي) في كتابه " منطق الإرادة "، ثم يقدم كل من (لوي لافيل) و (روني لويس) نظرية في القيمة، مناهضا فيها للرؤية الفينومينولوجية للقيمة كما كانت عند الفلاسفة الألمان، أما في أمريكا فقد كتب (أوريان) بحثا أكسيولوجيا منظما، والتي كانت بعنوان " التقويم طبيعته وقوانينه "².

وفي العالم العربي والاسلامي قد بدأ الاهتمام بالجانب الفكري للقيم ودراسته دراسة تحليلية بموضوعية ونقد متأخرا نوعا ما، مع ندرة الدراسات المتعلقة بذلك، وقد كانت البداية مع كتاب " الأخلاق عند الغزالي " عند (الدكتور زكي مبارك)، والملاحظ أن هذا الكتاب لم ينل من الشهرة ما ناله كتاب " الإسلام وأصول الحكم " لـ(علي عبد الرزاق) عام 1925. اما عن الدراسات التي تعرضت لموضوع القيم في الفكر العربي والاسلامي فيمكن القول انها تجمع أو تكاد على خلوه من " فلسفة القيم "، أي البحث النظري للقيم، ومن أقدم من أشار إلى ذلك (أحمد أمين) في كتابه " الأخلاق " عام 1920، ويكرر (محمد يوسف موسى) الفكرة نفسها في كتاب له بعنوان " تاريخ الأخلاق " عام 1940، فلقد اهتم المؤلف بالخصوص بفلسفة الاسلام (الكندي، الفارابي، ابن سينا، ابن باجة، ابن طفيل) دون أن ينسى (مسكويه، الغزالي، وابن عربي) معرفا بهم عارضا جزءا من آرائهم في القيم، ولينتهي إلى النتيجة التالية: " أن دراسة القيم رجع إلى القهقرة بعد عصر الفلسفة الذهبي، الذي انتهى بانحطاط الفلسفة في الأندلس، وصار الأمر فيه لا يعدو الإعادة والتكرار والبسط والاختصار لآراء المتقدمين وخاصة مسكويه والمارودي والغزالي "³.

وما هو جدير بالذكر انه قد كان لاهتمام العلوم الاجتماعية بدراسة القيم الأثر الكبير في ترابط هذه العلوم او على الأقل ترابط طائفة كبيرة منها أصبحت تعرف اليوم بـ " علوم القيمة "، وأصبح من النظريات المعروفة المرتبطة بها " نظرية القيمة " التي تطلق على مجموعة الاشكاليات المعرفية بين طائفة علوم القيمة، تلك العلوم التي تتضمن علم الأخلاق وعلم الجمال وعلم الاقتصاد وعلم السياسة والانثروبولوجيا وعلم الاجتماع ونظرية المعرفة، وكان التخصص قد

1- نورة بوحناش، مرجع سبق ذكره، ص67.

2- المرجع نفسه، ص68.

3- محمد عابد الجابري، العقل الأخلاقي العربي - دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية -، ط01، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2001، ص ص 5-9.

فرق بين هذه العلوم تفرقة كبيرة وعزلها عن بعضها البعض، وتعد نظرية القيمة حركة في الاتجاه المضاد لفرقة العلوم وانعزالها، فهي حركة الغرض منها استخلاص لب المشاكل التي تشترك فيها جميع هذه العلوم، وهذه الحركة حديثة نسبيا ولكن الاشكاليات العلمية التي تعالجها قديمة جدا، فهي اشكاليات الخير والشر، ويقول (ريمون رويه) : " ولعل المرء لا يعجب من تشتت المؤلفات التي تبحث في موضوع القيمة بحثا قاصدا إذا فطن إلى أن نظرية القيم أو الاكسيولوجيا لم تنبثق عن جهد فيلسوف واحد من الفلاسفة، وإنما تضافرت على صنعها طائفة من العقول الممتازة التي عملت بصورة متفرقة مبعثرة، وإنما القارئ لا يدري عندما يفتح كتاب يتناول القيمة هل هذا الكتاب يبحث موضوعات في اللاهوت أو في علم النفس أو في علم الاجتماع أو في علم الاقتصاد السياسي أو في المنطق أو في الأخلاق أو الفلسفة العامة"¹.

3.1 أسباب التوجه إلى الدراسة العلمية للقيم:

إن الاهتمام بالقيم ودراستها لم يكن ظهوره إلا حديثا، ولم يكن هذا الظهور إلا بوجود ظروف هامة تنقسم إلى قسمين هما:

أ. أسباب معرفية:

وتعود إلى التطورات المعرفية التي مرت بها المعرفتين الفلسفية والعلمية في أوروبا، فقد كان للتطور العلمي الدور الأساسي في ظهور المسائل الانسانية، ثم ان ارتباط العلم بالتطبيقات التقنية كان له اثر على الحياة الانسانية كما شهدت الفلسفة اشكالات معرفية لها علاقة بالعلم وتطوراته وخاصة المنهج الظاهراتي، الذي يدعم التطور في الفلسفة في القرن العشرين، ويخلص (لوي لافيل) إلى أنه من بين الأسباب القوية التي أدت إلى ظهور القيمة في الفكر المعاصر، هو تفهقر البحث في الميتافيزيقا مقابل تطور المعرفة العلمية في القرن 19، ويعد (أوغست كونت) هو رائد هذا التفهقر، بتعويضه المعرفة الفلسفية بالمعرفة العلمية، فحذفت المعرفة العلمية كل بحث في القيم، وذلك تحت إلهام التطبيقات المنهجية للعلم، هذه التطبيقات التي تتميز بالشمولية والموضوعية، وعلى الرغم من اليقين المحصل عليه بنجاعة المعرفة العلمية في التفسير والتمكين من التطبيق، فقد انتهى (كونت) إلى جدارة السؤال الميتافيزيقي عبر مقولة الدين الوضعي، الذي بدأ غريبا داخل الخطاب الوضعي له².

1- فوزية دياب، مرجع سبق ذكره، ص18.

2- LOUIS LAVELLE, ibid, p53.

أما (هيرت سبنسر) فقد وصل إلى لا أدريّة فيما يخص الدين، إذا اعتبر أن الدين ميدان للمجهول، بما أن العقل عاجز عن ريادة حقله الغامض، ومن ثم يجب حذف البحث في الدين بالنظر إلى الغموض الذي يشوب موضوعه، ولعل الخلاصة العلمية التي تم التوصل إليها في القرن التاسع عشر والتي انبثقت فيها القيم العليا على القيم السفلى هي العامل الحاسم في ظهور نظرية القيمة فمن الضروري البحث في القيم وطبيعتها، ومن ثم يعدّ أفول سؤال الميتافيزيقا مقابل سؤال العلم عاملا حاسما في نشوء نظرية القيمة.

وينتهي (لوي لافيل) إلى التأكيد بأن هذه الحالة التي وصلت إليها المعرفة العلمية لدليل على عجز المنهج العلمي أمام الفحص الموضوعي للقضايا الإنسانية، من مفاهيم ذات أبعاد ميتافيزيقية وأخلاقية مثل: الحرية، المطلق، الإلزام، والإرادة... وهي المفاهيم التي تؤلف تجربة القيمة، إذ مع هذه التيارات الوضعية، أصبحت الروح كيميائية دماغية والقيم الأخلاقية إفرزات إجتماعية من الممكن حسابها حسابا رياضيا وبالتالي ضبطها في قانون وضعي ثابت¹، وهي المشاريع العلمية التي وضعت مقدمات تخلص إلى اعتبار القيم نتاجا ضروريا للتحويلات المادية، من الممكن قياسها قياسا ماديا، منها مشروع علم العادات الخلقية عند (ليفي برويل) وتصورات الروح والنفس عند (ريبوتين) وقانون تداعي المعاني كما هو مميز في علم النفس عند (جون ستيوارت مل)².

ويرى (لافيل) بأن هناك سببا آخر لظهور الاهتمام العلمي بالقيمة يظهر على صعيد المعطيات المباشرة للشعور، ويرجع إلى الخوف من المجهول الذي انتاب الإنسانية بعد التصاعد الكبير للقيم المادية المدعومة من طرف العلم، والمذاهب المستندة إليه، إذ ترتبت عليه نتائج مدمرة هددت الحضارة الصاعدة آن ذاك بالفناء، بدل من أن تمدّها بروح جديدة تجعلها في صعود مستمر، فهو قلق يعصف بالنفس ويورثها شعورا بالخواء الروحاني ولا ريب أن البحث في القيمة من جراء الشعور باللاجدوى والعبث، قد أسفر عن تكاثف اختيار المعاني وحلول التعليل المادي مقام التعليل المعنوي³.

ب. الأسباب الموضوعية:

1- ج برونو، مصادر وتيارات الفلسفة المعاصرة في فرنسا، تر: عبد الرحمن بدوي، ط2، ج1، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، لبنان، 1980، ص15.

2- المرجع نفسه، ص20.

3- LOUIS LAVELLE, ibid, p35.

وتعود هذه الأسباب إلى فشل القيم الحضارية للحضارة الغربية، أثناء محاولتها إيجاد أنموذج إنساني يتم بموجبه التوفيق بين الجانب المادي والمعنوي، ذلك أن الإختيار الحضاري الذي بدا ظاهرا بعد الحربين العالميتين، قد أدى إلى إعادة تقويم هذه الحضارة التي أوصلت الإنسانية إلى العدم، فكان من الضروري الإهتمام بالقيم حتى يتم الحفاظ على الإنسان وقيمه المعنوية، ويمكن إجمال هذه الأسباب فيما يلي¹:

1. تقدم العلم وما أفرزه من نتائج مدمرة أعادت بناء سلم القيم بحيث أصبحت القيم السفلى فاعلة في انجاز القيم العليا.

2. الانهيار الذي أصاب العالم بسبب التطور العلمي مما أدى بالإنسان إلى التساؤل عن قيمة العلم وقيمة الحياة. وتطور الاهتمام بدراسة القيم بعد الحرب العالمية الثانية التي مثلت صورة تتطابق مع مخيال نهاية العالم.

2. الثقافة بين التأصيل القيمي وضرورة الثقافة:

1.2 التفاعل بين القيم والثقافة:

تشكل الثقافة من مجموعة المعاني والرموز التي تتبلور على هيئة منظومات قيم توجه سلوكيات البشر في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية، سواء كانت سوية أو منحرفة. استنادا إلى ذلك تلعب الثقافة ومنظومات القيم دورا محوريا في بناء المجتمع، لكونها هي التي تتولى تنظيم التفاعل الحادث في المجتمع. فالبشر يؤدون أدوارهم وينجزون سلوكياتهم وهم موجهون بقيم الثقافة. ومن ثم فكلما كانت الثقافة ومنظومات القيم أكثر فاعلية في ضبط التفاعل الاجتماعي، توقعنا أن يكون المجتمع أكثر استقرارا².

وتمارس الثقافة ومنظومات القيم المتضمنة فيها دورها في ضبط التفاعل الاجتماعي من خلال أربع صيغ³:

- الصيغة الأولى: توجد القيم كما هي باعتبارها عناصر رمزية توجه التفاعل في كل مجال من مجالات التفاعل الاجتماعي، فهناك قيم خاصة بالأسرة، وأخرى خاصة بالتعليم وأخرى خاصة بالاقتصاد كالأمانة مثلا والجودة والصدق وغير ذلك من القيم، وبهذا الوجود الرمزي تؤدي القيم دورها في توجيه سلوكيات البشر في كل مجال من المجالات الاجتماعية.

1- ibid, p36.

²- المهدي المنجرة، قيمة القيم، مطبعة النجاح الجديدة، المغرب، 2007، ص18.

³- المرجع نفسه، ص ص 19 - 21.

- والصيغة الثانية: تتحول القيم في مجالات الواقع الاجتماعي المختلفة إلى أشكال معنوية ومعارية تتولى ضبط التفاعل الواقعي مباشرة. وفي هذا الإطار تتحول القيم إلى تقاليد وأعراف ومعايير وقواعد تتولى الضبط المباشر للتفاعلات والسلوكيات الواقعية، فنحن نحتكم عادة إلى التقاليد والأعراف والمعايير في شؤون حياتنا اليومية.
- والصيغة الثالثة: هي التي يتشكل فيها الضمير الفردي من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التي توجد على أساسها القيم في المجتمع، إذ يستوعب الفرد من خلال هذه العملية قيم المجتمع ومثله فتشكل ضميره الفردي الذي يوجه سلوكه من داخله في مختلف المجالات الاجتماعية.
- والصيغة الرابعة: هي التوقعات المتبادلة التي توجد بها القيم وتؤدي فاعليتها في المجال الاجتماعي. وتعني صيغة التوقعات المتبادلة أن الأفراد وهم يتفاعلون بعضهم مع بعض يتوقعون سلوكيات بعضهم تجاه بعض لأنهم يؤديون هذه السلوكيات بالنظر إلى قيم مشتركة ومتفق عليها.

ومن الطبيعي أن تمارس هذه الصور الأربع دورها في ضبط سلوك الأفراد، إما من وجودها معاني رمزية وموجهات عامة وإما من كونها تقاليد وأعرافا ومعايير تضبط التفاعل الاجتماعي، أو من خلال ضمائرنا الفردية الموجهة لسلوكياتنا، أو على هيئة أن سلوك كل منا محكوم بتوقعات الآخر عنه، ومن ثم نجد أنه يتصرف في غالب الأحيان وفقا لهذه التوقعات.

وإذا كانت الثقافة ذات طابع متجدد على هذا النحو، فإنها بذلك تمارس دورا أساسيا في امتلاك المجتمع لقدر واضح من العافية والصحة الثقافية. ويشكل التراث الثقافي مخزونا قيميا ينتقل إلى المجتمع عبر تتابع الأجيال، غير أن هذه الثقافة التراثية وإن انحدرت لنا من الماضي، فإنها تكتسب حيوية إذا أعيد إنتاجها من خلال التفاعل الاجتماعي القائم والمعاصر، وهو التفاعل الذي يتولى تعديل بعض جوانبها، قد يحذف منها أو يضيف إليها. ليشكل التفاعل الاجتماعي الذي يشارك فيه البشر في المجتمع العنصر المحرك بين القيم والثقافة¹.

في هذا الإطار يلعب التفاعل الاجتماعي دورا محوريا في إعادة إنتاج الثقافة، حيث تنتقل الثقافات وتتحرك منظومات القيم دون حواجز، ومن الطبيعي أن تخترق بعض القيم الوافدة من الخارج ثقافة المجتمع. وفي هذه الحالة فإذا كانت ثقافة المجتمع تمتلك القوة والعافية فإنه يكون بإمكانها هضم العناصر الثقافية الوافدة بما يقوي بنيتها، أما إذا كانت ثقافة المجتمع ضعيفة فإن العناصر الثقافية الوافدة هي التي تتولى إعادة تشكيل هذه الثقافة الضعيفة وفق طبيعتها².

¹ - يحيى البيحاوي، في العولمة والتكنولوجيا والثقافة: مدخل إلى تكنولوجيا المعرفة، الطليعة للطباعة والنشر، لبنان، 2002، ص 19.

² - المرجع نفسه، ص 20.

2.2 القيم الثقافية: جدلية المحلي – الكوني

يشكل مجال التناقض اصطلاحيا داخل الانثربولوجيا الثقافية الامريكية ويعرفها (رودفيلد ولنتون، هاركوفيتس): "المجموع الظواهر الناتجة عن دخول مجموعة الأفراد من ثقافات مختلفة لمجموعتين..."، وحسب هذا التعريف فإنه ينبغي تمييز الثقاف والتغير الثقافي الذي لا يشكل سوى أحد مظاهر الثقاف، ومن جهة أخرى بين الاستيعاب الذي لا يمثل كذلك سوى مرحلة من بين مراحل التغيير الثقافي، إلى جانب هذا كله يلزم كذلك التمييز بين الثقاف والانتشار، الذي وان كان ينتج في كل حالات الثقاف فإنه يمكن أن يتم دون حدوث احتكاك بين المجموعات، والذي لا يحدد بدوره سوى أحد مظاهر سيرورة الثقاف¹.

وبالفعل، فإن الثقاف لا يحدد خارج السياق الذي يتميز بظروف خاصة ونمط تاريخي (عبودية الاستعمار) واقتصادي (الهجرة) أو سياسي (تبعية الدول)، فالثقاف يختلف باختلاف السياق وعلاقات الهيمنة الواقعية أو الرمزية، وكذلك بطبيعة العلاقات (حرة، جبرية، مخططة)، ويكون من الأفيد التأكيد بأن الثقافات لا تحتك فيما بينها بل الأفراد هم الذين يقومون بذلك، والجدير بالذكر أن كل هذه المتغيرات تمنح للثقاف شكلا وقيمة مختلفتين، وأن الثقاف يعد سيرورة متعددة الأشكال، فهو لا يظهر بنفس المظهر كما كان عليه في الماضي، وفي هذا الصدد يمكن الحديث عن صورة سيرورة عادية للثقاف التي تسمح بشكل جيد مجموعة الاعتراضات الثنائية حصر هذا المفهوم ذلك أنه إذا كان الثقاف يفيد سيرورة الاحتكاك فإن التثقيف يحدث خلال التعلّمات الأولى عن طريق التبليغ الذي يتم في الغالب بشكل لا شعوري من جيل لآخر ويتميز بسمات ثقافية، والثقاف بهذا المعنى يتداخل ويختلط مع التنشئة الاجتماعية، علما بأن الثقاف يعتمد على سيرورة الاكتساب والتحويل، فهو في الغالب مرتبط بظواهر ذات دلالة سلبية كما هو الأمر بالنسبة لفقدان الثقافة أو اللاتثقاف، بحيث أن مثل هذه الألفاظ تستعمل في الغالب كمرادفات لاستيلاّب أو تهميش ثقافي بالنسبة لهوية ثقافية أصلية، التي تعد كوحدة منسجمة قارة، لأن مصطلح اللاتثقاف أو الاغتراب الثقافي الذي يفهم في معنى خاص قدحي، يفيد بأن الأفراد والمجموعات لا يمكن أن تكون لهم ثقافة، وهو ما يعد على المستوى السوسولوجي والأنثربولوجي خاطئا، فإن الفوارق والتغيرات أو التأويلات أو إعادة التأويل قد توحى بنوع من التطور بالنسبة لمرجعية ثقافية محددة باعتبارها معيارا كبنية عليا خارجة ومتفوقة عن الأفراد، إلا أنه في أية حالة من الحالات لا يمكن الحديث عن غياب الثقافة².

1- عبد الكرم غريب، التواصل والثقاف، ط1، منشورات عالم التربية، المغرب، 2010، ص7.

2- المرجع نفسه، ص ص 7-8.

وبشكل عام ثمة مقاربتان ممكنتان نسبيا لتحديد مفهوم الثقاف¹:

- المقاربة الأولى: تنطلق من مفهوم جوهرى (أي يعود ويركز على الجوهر)، وتتسم بالانغلاق والضيق والمثالية ، فهي تؤمن بصفاء الثقافات وعزلتها واكتفائها الذاتي، باعتبار أن لها أهمية خالصة ثابتة، وبالتالي فإن كل حضارة هي منفردة بذاتها لها هويتها الخالدة التي تمتلك طبائع وخصائص جوهرية، وبهذا تصبح القيمة الثقافية حقيقة وكيونة نهائية تشكل روحا وجوهرا إستعلائيا وبهذا فإنها تتخذ موقفا إيجابيا من الانغلاق.
- المقاربة الثانية: تنطلق من مفهوم تاريخي مفتوح يتعامل مع الحضارة كسيرورة وإنشاء مستمرين لا نهائين، بحيث تتشكل القيمة الثقافية بارتباط تحولات الزمان والمكان وتتفاعل وتتداخل مع باقي الثقافات الأخرى، وبهذا فهي تتخذ موقفا سلبيا من الانغلاق.

وهناك مجموعة من المقاربات التي بحثت في آليات التواصل الثقافى، سنأتى على ذكر بعضها²:

1. مقارنة (فوكو ياما): على إثر الانهيار المفاجئ لإيديولوجيا المعسكر الاشتراكي الذي برزت من رحمه عدة مفاهيم مفاجئة، كما هو الأمر بالنسبة للشفافية، الداعي لإزالة الحواجز والتواصل بكل شفافية بين مختلف الشعوب والايديولوجيات، وهو مصطلح أو مفهوم كان يلوح للتنازل عن الإيديولوجيا الاشتراكية والتقرب من الرأسمالية لاعتناقها فيما بعد. على إثر هذا التحول المفاجئ في الخطاب الإشتراكي الذي شكل الايديولوجيا المناقضة للرأسمالية، برزت أطروحة (فوكو ياما) التي ركزت على أن دورة التاريخ تظهر مع الديمقراطية الليبرالية واقتصاد السوق، ولذلك فإن هذا الاقتصاد الليبرالي هو الذي سيتوسع وييسط الأمن مشكلا بذلك نهاية التاريخ.
2. مقارنة (صمويل هنتغتن): في كتابه "صدام الحضارات" يذهب إلى أن الصراعات المقبلة في العالم الجديد لا تقوم على أسس ايديولوجية أو اقتصادية، بل إن مصادر الصراع ستكون بالأساس ثقافية.
3. مقارنة (المهدي المنجرة): وهو يؤكد على الحروب الحضارية التي تكون أهدافها ثقافية بالأساس.
4. مقارنة (المهاتما غاندي): فقد شكل فكره حجرة الزاوية داخل الحوار والتواصل، بين مختلف الشعوب بمختلف ثقافتها وحضاراتها، حيث أبرز في بداية القرن العشرين على ضرورة حرية الثقاف لكن مع الحفاظ على الخصوصية اللازمة.

1- محمد سعدي، مستقبل العلاقات الدولية من صراع الحضارات إلى أنسنة الحضارة وثقافة السلام، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2006، ص19.

2- عبد الكريم غريب، مرجع سبق ذكره، ص ص 15- 20.

3.2 الثقافة في إطار الوعي التأويلي:

يجب أن نقر بداية بضرورة التمييز بين الأطروحات التي تحتكم في تناولها لعملية الثقافة، إلى المقاييس الوضعية خاصة تلك التي مثلتها أعمال الأنثروبولوجيين الأنجلوساكسون خلال القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، الذين تصوروا التطور الثقافي طبقاً لنموذج خطي أحادي يجعل من تطور الحضارة الأوربية مرحلة اكتمال نهائي، تحت تأثير مقولة التقدم وذلك بجانب الأعمال التي إنتعشت داخل تيار النزعة الثقافية للأنثروبولوجيا وتحديد أعمال الأنثروبولوجيين الأمريكيين أمثال: (رادفيلد ويلينستون وهار سكوفيتس) الذين يعززون التغيرات الناشئة عن عملية الثقافة إلى مجرد تأثيرات ثقافية خارجية¹، يجب أن نميز إذا بين هذه الأطروحات الوضعانية وبين الأطروحات التي يتبناها خطاب التأويل بشأن عملية الثقافة، وذلك بالتركيز على فهم التغيرات الثقافية بردها إلى منطق الديناميكيات الداخلية الخاصة بكل ثقافة معطاة وعلى هذا النحو يتم مقارنة عملية الثقافة بالاستناد إلى كفاءة فعل الفهم، من حيث هو كفاءة للوعي التأويلي المتجاوز للطرح الوضعي، كما تبنتها الأنثروبولوجيا الثقافية في صورتها الكلاسيكية.

يقدم خطاب التأويل فهماً بديلاً للمعنى الثقافي باعتباره " مضمون تجربة " إنسانية هي ذاتها "تجربة الفهم"، وعلى ذلك يصير الثقافة هو تلك العملية التي تسمح بالانتقال الحر بالمضامين الثقافية من حيث هي تشكل تلقائي لما يمكن أن يصطلح عليه " معيش الثقافة " ذلك المعيش الذي يمنحه الوعي التكويني بواسطة آلية الفهم، ودلالات الوجود المفتوحة على مقولات الاختلاف والتعددية ولا مركزية الحقيقة أو الهوية وغيرها من المقولات التي صارت تعمل ضمن حدود " الصيغ الإجرائية " الفارغة من كل محتوى أنطولوجي قار².

فعلى ضوء هذه الاستراتيجية الجديدة للفهم، يتم تناول الثقافة من حيث هو تعبير عن تجربة الفهم ذاتها أي بمعنى أدق هو الفضاء الذي يتحرك بداخله فعل الفهم، الذي لا ينبغي أن يدرك على أساس أنه مجرد قاعدة منهجية للمعرفة الإنسانية، بل ينبغي أن يدرك على أساس أنه فعل الوجود بمعنى أنه مشروع ملقى³، ومن ثم تحيل آلية الفهم الثقافة إلى مشروع إنساني هو مشروع " الوجود- معا "، وهو المشروع الذي أخفقت في التأسيس له التوجهات الوضعانية والتاريخانية الجديدة^{*}، لسبب بسيط وهو أنها حولت الثقافة على مذهب فلسفي وبناء فكري حول

¹ - C. F.R.Redfield.Mhinton et Herckovits, memonaidnim for the study of acculturation, in American Anthropologist, vol 38,1936, pp149-152. Voir : <http://www.solialInfo.ch/cgi-bin/dicoposso/show.ifm?id:5>.

² - عبد الكريم غرب وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص242.

³ - غدامير، فلسفة التأويل، تر: محمد شوقي الزين، ط2، منشورات الاختلاف، الدار العربية لعلوم، المركز الثقافي العربي، 2006، ص40.

* - يظهر قصورها في كونها تتخلى عن عدد من المفاهيم النقدية المركزية من مثل المحاكاة والتمثيل وفعل الترميز (أنظر: عبد الله الغدامي، النقد الثقافي: قراءة في الأنساق الثقافية العربية، ط3، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2005، ص44).

مجموعة من القضايا المعيارية، تروم إلى اختزال التنوع الثقافي داخل قوالب فكرية جاهزة، ومن ثم تحويل الثقافة إلى فضاء للصراع الإيديولوجي، وما يترتب عنه من ممارسات تبرر الكثير من الأفعال الإنسانية باسم الاختلاف والتنوع الثقافي، بينما إتخاذ موقف تأويلي من مسألة الثقافة، من شأنه أن يوجد رابطة فهم وتواصل بين الهويات الثقافية المتباينة، وذلك بإعادة تشكيل مفهوم العالم، واعتباره تماشياً مع مقولة (دريدا): " التوقع غير قابل للاختزال " أي " العالم كوحدة مفتوحة " تشكل في نهاية المطاف معنى " التجربة " ¹.

يساهم الإقرار بالثقافة كتجربة تأويلية، في بلورة وعي ثقافي يأخذ بعين الاعتبار التعاطي مع مفهوم الهوية الثقافية كشكل من " التداوت " أو بناء الذات والاهتمام بها، الأمر الذي يستخرج مفهوم الهوية ذاته من أسر الإستعمال التقليدي الجاهز الذي يقضي ببداية التطابق والتماهي مع الذات بشكل يمنع إختراق بنيتها المفهومية، باعتبارها تستند إلى قرار ميتافيزيقي لا يطاله أدنى تحوير أو تعديل، أما في المقاربة التأويلية فإن مفهوم الهوية الثقافية ينبثق من فعل الفهم ذاته، المتمثل في قدرة المؤول على " استملاك " ما هو " غيري " وفي فعل الإستملاك هذا تنتفي الحدود الصارمة بينما هو من صميم الهوية " الإنتماء إلى تراث ثقافي ما " وبين ما هو من قبيل الإختلاف والغيرية ولعل هذا ما ينسجم مع التعريف الذي وضعه (شلاير ماخر) لفن التأويل حيث يكتب (غادامير) قائلاً: " يعرف شلاير ماخر فن التأويل باعتباره فن تفادي سوء الفهم وذلك عن طريق إقصاء بتفكير منهجي منضبط كل ما هو غريب أي كل ما يؤدي إلى ضروب سوء الفهم المتأتمية من التباعد في الزمن ومن تغير العادات اللسانية ومن التحولات في معنى الكلمات وفي أنماط التفكير " ²، وبالتالي فإن فعل الفهم هو فعل الوعي الثقافي بإعتباره فعلاً تأويلياً بامتياز، حيث من خلاله تتشكل القاعدة التي تتأسس عليها مهمة فن التأويل وهي: " الجمع بين قطبي الألفة والغربة " كما يصرح بذلك (غادامير). وعلى هذا الأساس فإن الثقافة يشكل تجربة إنسانية نمتحن بواسطتها قدرة الذات أو بالأحرى وعي الذات - من حيث تمثل الهوية - على الإنفتاح على الآخر لدرجة إعتباره جزءاً من تاريخ هاته الذات، مع وعي المسافة التي تفصل بين هذه الذات وتاريخها من جهة، وبين هذه الذات والآخر من جهة ثانية، إننا نقول بوعي المسافة أو " التماسف " ^{*}، لا لتعميق الفجوة بين الهويات الثقافية المتباينة، وإنما للتأكيد على مدى قابلية كل هوية ثقافية لاستقبال وتمثل عناصر هوية ثقافية أخرى، وذلك ليس من قبيل تغريب " الغير "، بل من قبيل " تقريب "

¹ - المرجع نفسه، ص 94.

² - المرجع نفسه، ص 98.

* - مصطلح إقترحه (جورج زباني) كت ترجمة للمصطلح الفرنسي الذي استخدمه (بول ريكور) في جل كتاباته التأويلية وهو " DISTANCIATION " (أنظر: بول ريكور، الذات عينها كآخر، تر: جورج زباني، ط1، المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005، ص 45).

البعيد، بحيث يصير إمتلاك الهوية مشروطا بالغيرية الناجم عن وعي المسافة بين الذات والآخر والانتماء الحاصل لفعل المشاركة في تجربة الوجود أو ما يسميه (هيدافر) " مجمل تجربة العالم " ¹ أي باختصار تجربة التشايف.

3. القيم الثقافية للمجتمع الجزائري:

1.3 قراءة في المقومات:

عبر الشيخ (محمد البشير الإبراهيمي) عن مقومات المجتمع الجزائري بقوله: "إن الأمة الجزائرية هي قطعة من المجموعة الإسلامية العظمى من جهة الدين، وهي ثلة من المجموعة العربية من حيث اللغة التي هي أساس ذلك الدين"²، ليضيف الشيخ في موضع آخر بأن "الجزائر وطن بربري قبل الإسلام يضم جماهير القبائل البربرية وأصولها الأولى، ووطن عربي إسلامي منذ دخله الإسلام يصحب ترجمانه الأصيل وهو اللسان العربي"³.

هذه هي المقومات القيمة الثقافية التي تركز عنها قيمة ثقافة المجتمع الجزائري، فقد مثلت معيار الانتماء الاجتماعي والتفرد النوعي للمجتمع الجزائري كما صاغتها وحدتها ادبيات الحركة الاصلاحية وناضلت من أجل تمكينها داخل الضمير الجمعي الجزائري، ضمن الاسلام الذي عاش الشعب الجزائري في ظله وفيه تم نموه وتحددت سماته الشخصية ومقوماته الذاتية⁴، إلى اللغة العربية التي تمثل قطعة من كياننا التاريخي وشرط أساسي لوجودنا القومي وشهادة قاطعة بصحة نسبنا الديني ونسبنا الجنسي⁵، وعنصر أساسي في هويتنا وشخصيتنا وطريقة تفكيرنا ومن هنا نشأ ذلك التلازم المنطقي والتاريخي بين العربية والوطنية، فاللغة تصاحب سلوكنا في كل لحظة وترافقنا في أطوارنا التاريخية المتلاحقة، مما يجعلها أداة صادقة للتعبير عن حياة المجتمع الجزائري⁶.

فبقدر ما يقوم الدين بتشكيل الثقافة يقوم أيضا بشحنها بالرموز والمضامين والقيم وهو يفضي إلى تعبئة المخيال الاجتماعي برموز وقيم وعادات وتقاليد التي من شأنها استثمارها في الحقل الثقافي⁷، حيث أن الاعتقاد الديني هو الأصل الذي تقوم عليه الثقافات إذ جاء الدين الاسلامي ليقدم صورة جديدة ومتكاملة من المعتقدات وتفريعات

¹ - عبد الكريم غريب وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص244.

² - محمد البشير الإبراهيمي، الآثار، ج1، دار الغرب الإسلامي، بيروت، 1997، ص51.

³ - محمد البشير الإبراهيمي، الآثار، ج4، دار الغرب الإسلامي، بيروت، 1997، ص378.

⁴ - محمد الصالح الصديق، الامام عبد الحميد بن باديس جهاد ومواقف، مجلة الوعي، العدد1، رجب-شعبان1431هـ، الموافق لـ1 جويلية 2006، دار الوعي، الجزائر، ص14.

⁵ - محمد البشير الإبراهيمي، الآثار، ج1، مرجع سبق ذكره، ص286.

⁶ - سمير أبيض، مقومات الشخصية الوطنية والمشروع التربوي عند جمعية العلماء المسلمين الجزائريين 1931-1956، إشراف: نور الدين زمام، أطروحة نهاية الدراسة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015/2014، ص 219.

⁷ - عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والاشكاليات من الحداثة إلى العولمة، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2006، ص138.

ذلك كثيرة جدا¹، وتعتبر اللغة إضافة لذلك من أهم مقومات الثقافة الجزائرية فهي التي تجعل وجودا للثقافة وتناقلها من فرد لآخر ومن جيل لآخر أمرا يمكن الحدوث.

ولا بد من الإشارة كذلك إلى مقوم الامازيغية، فلا يشكل الامازيغ وحدة ترابية متواصلة جغرافيا، إذ يتوزعون على عدة دول في المغرب العربي ومنطقة الساحل الافريقي جنوب الصحراء الكبرى، وقد ضلوا منذ القدم في تواصل مستمر مع عدة ثقافات أخرى، ولو أخذنا مثلا لذلك المغرب العربي حيث يتركز الجزء الاكبر منهم، فإن التزاوج بين السكان الأصليين والوافدين العرب بلغ من العمق درجة تجعل التمييز بين ما هو " ثقافة أصيلة" وما هو ناتج عن التأثير العربي أمرا عسيراً².

وإذا بحثنا عن مكونات الثقافة الجزائرية لوجدنا أن الامازيغية مكون رئيسي لهذه الثقافة، ويمكن ان نلخص هذه الفكرة في النقاط التالية:

- تواصل الامازيغ المستمر منذ التاريخ البعيد مع عدة ثقافات أخرى أبرزها الثقافة العربية الاسلامية.
- تتجلى الجذور الامازيغية للثقافة العربية الشمال افريقية في ميادين عدة، كما تتجلى طبعاً في اللهجات العربية المغربية، إذ يقول باحث اللسانيات الجزائري (فضيل شيريقات) : " إذا كانت عربية شمال افريقيا قد استعارت جزءا كبيرا من مفرداتها من العربية الفصحى، فإن بنيتها النحوية والصوتية تعود بأصولها إلى تمازيغت"³.
- إن أسماء الأعلام هي أحد الشواهد الصارخة على ديمومة الامازيغية حتى في المناطق التي لم تعد تستعملها منذ عهد بعيد، فرغم وجود اللغتين العربية والفرنسية القوي في الجزائر والساحل الثقافي، إلا أنه ما زالت قرى بلاد القبائل تدعى بأسمائها القديمة.

كما لا بد أن لا نغفل أبدا عن مقوم العادات والتقاليد باعتبارها فعل إجتماعي متوارث يرتكز على تراث يدعمه ويغذيها، لها قوة معيارية، وتتطلب الامتثال الاجتماعي والطاعة الصارمة، وتكون مرتبطة بظروف المجتمع الذي تمارس فيه⁴، وتتجسد في مختلف المظاهر وفي العلاقات وحتى في القيم الاجتماعية الأصيلة.

¹ - أمين سعيد عبد الغني، الثقافة العربية والفضائيات، ط1، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص 72.

² - سمير أبيض، مرجع سبق ذكره، ص 248.

³ - فضيل شيريقات، بين لغة البعض ولغة البعض الآخر، منشورات القصبية، الجزائر، 2002، ص 19.

⁴ - نادية محفوظ مصطفي، خصائص الثقافة العربية الاسلامية في ظل حوار الثقافات، ط1، دار السلام، القاهرة، 2006، ص 22.

2.3 واقع القيم الثقافية في المجتمع الجزائري :

لقد أدت عمليات التحديث الواسعة النطاق التي شهدتها المجتمع الجزائري عبر مختلف الفترات التي مر بها، إلى إحداث تغير قيمي كان له آثار جوهرية على نسق القيم المركزي المحدد لهوية المجتمع، حيث انهارت وتهاوت قيم لتحل محلها قيم جديدة، وينبغي الإشارة إلى أن التغير القيمي قد مس كل القيم باختلاف أنواعها، فالسلم القيمي على اختلاف تراتيبته مسه التعديل أو التغيير في بعض الأحيان، وسنأتي على ذكر بعض أنواع القيم التي مسها التعديل لنصل إلى التغيير في القيم الثقافية.

ففي مجال القيم الأسرية نجد أن العوامل الاقتصادية والثقافية والسياسية لعبت دورا واضحا في تغير النسق والبناء العائلي في الجزائر بعد الاستقلال، فالعائلة الجزائرية هي في حالة تحول مستمر من عائلة ممتدة إلى عائلة نووية، ويرجع ذلك إلى أسباب كثيرة أهمها أزمة السكن¹، كما أخذت السلطة الأبوية تتدهور مما أدى إلى تغيير المفاهيم السائدة عن الأسرة وخصائصها ووظائفها، ومراكز السلطة والعلاقات السائدة فيها، وأصبح للأب والأم والأبناء دور كبير فيها²، كما تعززت مكانة المرأة داخل الأسرة والمجتمع، بفضل تطور وضعها التعليمي وخروجها للعمل، إضافة إلى تطور المنظومة القانونية للمرأة.

وفيما يتعلق بالقيم الاقتصادية، فقد ازداد التفاوت الاجتماعي حدة خاصة في بداية التسعينيات ويظهر ذلك جليا من خلال بعض المؤشرات الخارجية للثراء والفقر القابلة للملاحظة المباشرة³، حدث هذا التفاوت في ظل غياب معايير تثن الامتياز والأداء والفعالية التي من شأنها لو توفرت لمنحته مشروعيته. كما برز توجه مفرط نحو الاستهلاك وتدهورت قيم العمل والأداء والكفاءة، وتم استبدالها بقيمة أخرى سلبية وضارة بعملية التنمية وهي قيمة الحصول على المال بأسرع وأسهل وسيلة ممكنة بغض النظر عن نوعية العمل أو قيمته الاجتماعية أو حتى مشروعيته، فالعمل المنتج ليس هو الطريق لتحقيق التطلعات بل المظاهر البراقة هي القدوة التي تقدمها وسائل الإعلام⁴. من جهة أخرى، نجد

¹ - محسن عقون، تغير بناء العائلة الجزائرية، العدد: 17، مجلة العلوم الانسانية، جامعة قسنطينة، جوان 2002، ص ص 128-131.

² - السعيد عواشيرة، الأسرة الجزائرية إلى أين؟، العدد: 12، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، جوان 2005، ص 127.

³ - عنصر العياشي، سوسيولوجيا الديمقراطية والتمرد بالجزائر، دار الأمين، القاهرة، 1999، ص 16.

⁴ - سمير نعيم أحمد، أثر التغيرات البنائية في المجتمع خلال حقبة السبعينيات على أنساق القيم الاجتماعية، العدد: 01، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، مارس 1983، ص ص 117-118.

أن القيم المتعلقة بارتباط الفلاح وتعلقه بأرضه، قد تدهورت حيث تغيرت العلاقة التي تربط الفلاح بالأرض وتغيرت معها نظرتة للعمل الفلاحي، مما أدى إلى ترك الأراضي الزراعية والفرار إلى المدن¹.

أما ما يميز القيم الثقافية في المجتمع الجزائري، هو الاختلال الحادث في سلم القيم والمعايير التي تحكم وجود المجتمع، العاجز عن تحقيق الانتقال من وضعية تقليدية متميزة بسيطرة بنى اجتماعية قائمة على روابط الدم والعرق والانتماء إلى مجموعات تضامنية محدودة في الزمان والمكان تحدد هويتها عوامل مثل الدين واللغة، في عزلة عن التفاعل مع المحيط ومواجهة التحديات والضغوط التي يفرضها وسط ثقافي متنوع ومتجدد في بنائه وتعابيره ودلالاته القيمية والمعارية، ذلك أن المجتمع العصري يقوم على أساس التنوع والتعدد المستند إلى خاصيات: مهنية، ومهارية، وعقيدية مرتبطة بدور الأفراد والمجموعات ودورهم ومكانتهم في البناء الاقتصادي². عند الحديث عن الجانب القيمي الثقافي في الجزائر لا نغفل إحدى القضايا الهامة التي تتعلق بمسألة الهوية والتي تطرح اليوم وبحدة في صورة نقاش حاد بين تصورين يرى كلا منهما أن تصوره يحدد هوية الجزائري الثقافية:

- التصور الأول الذي يتبناه دعاة الأصالة والحفاظ على الثوابت.

- التصور الثاني يدعو إليه أنصار التحديث والتفتح على العالمية.

كما لم تنج اللغة من هذا النقاش، فقد طرحت المسألة اللغوية للنقاش "مكانة كل من العربية، الأمازيغية، الفرنسية" في الحياة العامة، في المدرسة، وعالم الشغل والإعلام³. وقد جعل هذا الطرح الثقافي الأشكال الأخرى للصراع الاجتماعي، الاقتصادي، تفقد أولوياتها المعهودة في السابق، فالطرح الاقتصادي الذي كان مسيطرا ضمن الخطاب الرسمي ولدى الفئات المثقفة، ترك مكانه لسيطرة أخرى ربما وهي الرؤية الثقافية للصراع الاجتماعي في الجزائر.

وإجمالاً يمكن أن نجمل واقع القيم الثقافية في الجزائرية بأنه يعيش "أزمة ثقافية" كما عبر عنها المفكر (مالك بن نبي)، فيذكر أنه يجب علينا أن نحدد أولا هذه العبارة: ماذا نعني بـ "الأزمة الثقافية"؟، إن الجواب عن هذا السؤال يتأثر بطريقة مباشرة بمفهوم القيم والثقافة في المجتمع، فكلما عمل المجتمع واجبه في السهر على سلوك الأفراد بدعوى الحرية، أو أية دعوى أخرى، وزال الضغط الاجتماعي، انطلقت الطاقة الحيوية من قيودها، سواء أكانت هذه القيود

¹ - Pierre Bourdieu et A-Sayad, le déracinement, la crise de l'agriculture traditionnelle en Algérie, les éditions de minuit, Paris, 1964, p 161- 164.

² - سليمان الرياشي وآخرون، الأزمة الجزائرية: الخلفيات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 1996، ص186.

³ - المرجع نفسه، ص 220.

مفروضة على أساس ديني أو أساس قانوني، فدمرت كل ما يقوم على تلك الأسس سواء كانت دينية أو قانونية، أي أنها تدمر كل البناء الاجتماعي¹.

ففي كلتا الحالتين تنشأ أزمة ثقافية مآلها البعيد أفول الحضارة، وفي القريب زوال الالتزام بين المجتمع والفرد زوالا يعبر عنه في صورته الفلسفية كتاب مثل " اللامتمي" للانجليزي (كولين ولسون) أو في صورته السلوكية عصابات (الميينز)². يجب أن نلاحظ هنا أن كل ظاهرة إجتماعية لا تستقر في صورة منشئها، فهي كائن مرتبط بحياة المجتمع، بينها وبين هذه الحياة تفاعل جدلي ينمي نتائجها في المجتمع من حد الصفر إلى نقطة (اللارجوع)³.

فالأزمة الثقافية تنمو وتتمو معها أيضا نتائجها، من الحد الذي يمكن تداركه بالتعديل البسيط إلى الحد الذي يصبح فيه التعديل مستحيلا، أو لا يمكن إلا بثورة ثقافية عارمة تكون في الحقيقة بمثابة انطلاقة جديدة للحياة الاجتماعية من نقطة الصفر⁴. وبين هذين الطرفين تبرز حقيقة ألا وهي أن طرفا واحدا نعي الأزمة الثقافية، يخلق أمام مجتمع متفهم أو جامد استحالة لا يستطيع التغلب عليها فيستسلم - كما يقولون - للواقع، بينما يخلق هذا الطرف نفسه بالنسبة لمجتمع آخر فرصة جديدة لحركيته.

وبين هاتين الحالتين، بين الاستسلام التام لـ " الواقع" وبين الثورات العنيفة على أي "واقع" لا يستساغ، درجات من الخنوع والتفوق والهروب من المسؤولية، هي بالضبط درجات الأزمة الثقافية التي يتخبط فيها المجتمع. فأى اخفاق يسجله مجتمع في إحدى محاولاته إنما هو التعبير الصادق على درجة أزمته الثقافية، أو بعبارة أعم التعبير عن الأزمة التي تمر بها حضارته في تلك المرحلة من تاريخه، وإنما نستطيع الوقوف عند نتائج الأزمة الثقافية أو بعض نتائجها عندما تبلغ حدها الأقصى في حياة الفرد من ناحية وفي حياة المجتمع من ناحية أخرى. إننا لو وضعنا سلما للقيم الثقافية، جنبنا إلى جنب مع السلم الاجتماعي، لقررنا مبدئيا أن السلمين يتجهان في الاتجاه نفسه من الأسفل إلى الأعلى، أي أن المراكز الاجتماعية تكون تلقائيا موزعة حسب الدرجات الثقافية.

وهذه حقيقة تمارس في حياة كل مجتمع ولو كان يواجه بعض الأزمة الثقافية، على شرط أنها لم تبلغ درجة (اللارجوع). أما المجتمع الذي بلغ هذه الدرجة فإن السلمين ينعكسان، الواحد بالنسبة للآخر انعكاسا تصبح معه القاعدة الشعبية على الأقل بمحافظتها على الأخلاق أثرى ثقافيا من قيادتها⁵. وهذه فيما يعتقد (مالك بن نبي)

¹-مالك بن نبي، مرجع سبق ذكره، ص90.

²- المرجع نفسه، ص 90.

³- المرجع نفسه، ص 91.

⁴- المرجع نفسه، ص 92.

⁵- المرجع نفسه، ص 93.

أشنع صورة للأزمة الثقافية التي لا تحل بمجتمع ما إلا صيرته عاجزا عن حل مشكلاته داخل حدوده، وعن مواجهة مشكلات الحوار على حدوده، وبصورة اعم لا يستطيع التعايش دون عُقد نفسية تعرض شخصيته للتلف أو كرامته للمهانة، بينما أصبح التعايش ضرورة حتمية في عالم تهيمن فيه التكنولوجيا التي فرضت على كل مجتمع وجود آخرين¹.

3.3 ملامح أزمة القيم الثقافية لدى الشباب الجزائري :

إن مرحلة الشباب تعرف بناءا نفسيا وفكريا وعقديا، وهي مرحلة تتصف بالتمرد وحب التطرف والفضول والاطلاع، وتتصف أيضا بالبحث عن الترفيه أو المتعة والابتعاد عن الصرامة، وهي الأكثر حبا وميلا لكل جديد، والشباب في الجزائر يعيش أزمة هوية، وبعده الانتماء حيث تعد فئة الشباب من أكثر الفئات التي تتنوع استجاباتها اتجاه مكونات الهوية ما بين القبول والرفض، كما أنها أكثر الفئات تأثرا بالتحديات التي تواجه الهوية، عبر موجات التغيير الثقافي المتتالية، وذلك بحكم ما تتميز به مرحلة الشباب من ديناميكية، وقدرة عالية على الحركة والتفاعل مع بعضهم ومع غيرهم من الأجيال الأخرى، وكذلك مع المؤسسات والنظم والقواعد العامة السائدة في المجتمع، وكلنا يلحظ ما يحدث من صراعات هوياتي لدى الشباب الذي أصبح يعيش بين قابل في أحيان قليلة ورافض في كثير منها لثوابته، ويظهر ذلك جليا في الآفات الاجتماعية والتفكك الاجتماعي والثقافي في المجتمع².

فالثقافة تزود الأفراد عامة والشباب على وجه الخصوص بالقدرة على مجابهة صعوبات الحياة ومشكلاته الخاصة، من خلال إمداده بخبرات الأجيال السابقة وما تتضمنه من أنماط سلوكية وممارسات يومية لا تتعارض مع متطلباته وحاجاته التي يسعى دائما لاشباعها، وإن حدث تعارض بين الثقافتين " تعارض بين القيم والعادات والتقاليد السائدة" يحدث صراع بين الجيلين ويتجه الشباب لتقبل والتكيف مع ما يشبع حاجاته من قيم وعادات وتقاليد، والتي تنطبع على سلوكه وتصرفاته، وبالتالي تكون شخصيته من خلال عدة مصادر والتي تمثل في مجملها مؤسسات التنشئة الاجتماعية، وتعتبر مرحلة الشباب أكثر مراحل العمر تأثرا بالتغيرات الثقافية والاجتماعية السريعة التي يشهدها المجتمع³.

إن المشكلة الأكبر أن هذه الفئة من الأصل كانت تعاني من أزمة هوية وطنية، فالهوية عندها لم ترتبط بوطن بقدر ما ارتبطت بدين، وكذلك ارتباط غالب الشباب الذين يعانون من الحرمان، وفي نفس الوقت يقعون تحت وطأة ثقافة

¹ - المرجع نفسه، ص 94.

² - هويدا علي، الشباب والهوية والعمولة: جدليات القبول والرفض، العدد: 132، مجلة شؤون عربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، 2007، ص 85.

³ - أبو جادو، صالح محمد علي، سيكولوجيا التنشئة الاجتماعية، ط2، دار ميسرة، عمان، 2000، ص 123.

الاستهلاك بشدة، مما يجعلهم يبحثون عن الوسائل التي تشبع احتياجاتهم سواء كانت مشروعة أو غير مشروعة، كما يشعرون بالنقمة على الدولة والمجتمع، اللذان تسببا في حرمانهم من أدنى حقوقهم، أما الفئة الثالثة وهي الفئة المتغربة من الأصل، والتي تعيش على أراضي أوطانها على المستوى المادي ولكنها بمشاعرها وميولها وثقافتها تعيش في مجتمعات أخرى، فهذه الفئة وهي شريحة قليلة من الشباب ميسورة الحال بدرجة كبيرة، تعاني من أزمة هوية مواطنة أصلا، بحكم عدم رضاها عن واقع مجتمعاتنا وعدم تقبلها للقيم السائدة في هذه المجتمعات¹.

إن هؤلاء الشباب من خلال تمردهم القيمي الثقافي، يحاولون خلق ثقافة بديلة أو ثقافة مضادة الأمر الذي يجعلهم يثورون ويتمردون على ما هو قائم من علاقات اجتماعية وقيم ومعايير اجتماعية، فهم بذلك يميلون إلى تطوير نسق ثقافي خاص بهم عبر عنه مفهوم "ثقافة الشباب"، أي تلك العناصر الثقافية التي انبثقت تاريخيا والتي تعبر في المحل الأول عن مصالح الشباب واحتياجاتهم ورغبتهم في التغيير والتحديد ورفض كل ما هو تقليدي².

وأصل أزمة الهوية في مجتمعاتنا هو تلاقي الثقافات غير المتوازن، التي تكون في نظر الشباب خاصة في مجتمعاتنا أنها ثقافة عصرية بالمقارنة مع قيمهم وثقافتهم التقليدية، وبذلك يتحقق الاغتراب الذي هو تعبير عن عدم الرضا وعن الرفض للمجتمع وثقافته، وجوهره الشعور بالفقدان³، أي أن هذه الأزمة خلقت ما يسمى بالاغتراب الثقافي والتغريب، ولكن لا يمكننا أن نعمم هذا، ذلك أنه أثبتت الأحداث والدراسات الميدانية أن قطاعات واسعة من الشباب الجزائري، قد توحى مظاهرهم وخطاباتهم بان حسهم الوطني قد توقف أو انحرف، لكن عندما يمر الوطن بهزات معينة ترى الكثير منهم يكشف عن حالة وجدانية، وييدي استعدادا مفاجئا للتفاعل الثقافي والاجتماعي بل إن بعضهم يتجاوز لغة الاحتجاج لييدي رغبة صادقة وعميقة في الحراك الاجتماعي⁴.

إن ملامح الأزمة القيمية الثقافية لدى الشباب الجزائري، يشترك فيها كل الشباب الذين يتقاسمون نفس ملامح السياق المتشابه، مع اختلاف في الشدة والحدة نظرا لخصوصية كل دولة، إلا أنه عموما ما يعانيه الشباب الجزائري من تراجع في القيم الثقافية كتب عنه بعض الباحثين ونلاحظه في حياتنا اليومية، لكن تندر في هذا المجال الدراسات العلمية التي تبحث في أصل القيم الثقافية ومعرفة درجة تمثلها في سلوك الشباب، وإن كانت الدراسة التي نقوم بها أخذت على عاتقها الجانب التواصلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أننا ما قدمناه في الجزء الخاص بملامح الأزمة القيمية الثقافية للشباب، هي ملامح عامة وقفنا عليها مما توفر لدينا من أدبيات.

¹ صلاح الدين الجورشي، الشباب العربي والانترنت، العدد:182، مجلة شؤون عربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، 2007، ص96.

² محمد علي محمد، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، 1985، ص6.

³ صالح خليل أبو اصبع، تحديات الاعلام العربي: دراسة الاعلام، المصادقية، الحرية التنمية، والمهينة الثقافية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص53.

⁴ صلاح الدين الجورشي، مرجع سبق ذكره، ص80.

II. سلطة القيم الثقافية في التواصل :

1. سلطة القيم الثقافية في أنواع التواصل:

1.1 أنواع التواصل:

إن كل نماذج الاتصال ونظرياته، ترد في أصلها إلى ثلاثة أنواع أساسية هي الاتصال الخطي التمثيلي، والاتصال التفاعلي التعبيري، والاتصال التبادلي المربك، وتتحكم في كل نوع من هذه الأنواع رؤية فلسفية معينة، واستعارة ذهنية خاصة¹:

- فتجد نظريات الاتصال التي من شأن المرسل، وتفترض التأثير الحتمي والمباشر للاتصال، تمثل الاتصال التمثيلي، الذي يقوم على استعارة الآلة، حيث تنفصل عناصر الاتصال عن بعضها، ويهيمن المرسل على الاتصال، وهذه النظريات تتأسس في خلفيتها الفلسفية على التمثل الديكارتي، الذي يميز بين الفكر والمادة، ويعلي من شأن العقل بل ويعطيه الأسبقية على الواقع الفعلي.
- أما الاتصال التعبيري، فهو يمثل نظريات الاتصال التي تصنف ضمن مرحلتي التأثيرات المحدودة والمعتدلة، فيتساوى المرسل والمستقبل في الأهمية، ويتناوبان على وظيفتي الإرسال والاستقبال، ويساهمان معا في إنجاح الاتصال إلى جانب عناصر أخرى مثل السياق والخبرة المشتركة وغيرها من الشروط، هذا الاتصال يتبنى استعارة الجسد العضوي، حيث إن عناصر تمايز وظيفيا، غير أن اشتغالها الكلي مشروط باشتغال كل جزء على حدة بشكل جيد، وهذا ما يبرر استناد الاتصال التعبيري إلى (اسبينوزا) وتصوره للطبيعة تحديدا، حيث يعتبرها الجوهر، رغم أنها تتكون من أجزاء لا تتصف بالكمال، إلا أن الطبيعة ككل لا يتجزأ، تتصف بالكمال، ولا تحتاج إلى شيء خارجها ليشترط اشتغالها ويتحكم فيه.
- في حين يعتبر الاتصال المعاصر اتصالا مربكا، يختلط فيه التمثيل مع التعبير، كما تختلط فيه الاستعارات وتتشابك، ويجب الانتباه إلى أن الاستعارات الذهنية التي تتحكم في أنواع الاتصال التي تبرز في الوسائل الاتصالية الحديثة، هي نفسها الاستعارات القديمة التي رافقت نشأتها الأولى.

وبفعل هذا التصنيف أصبح من الممكن الحديث عن نظام عام ومشارك لقيم الاتصال يسري على كل نظرياته، وذلك من خلال البحث عن النموذج المعرفي الكامن وراء تلك النظريات واستخراجه وتحليله، ولكن قبل ذلك يمكن عرض ما يتعلق بأنواع الاتصال الثلاثة من أفكار أساسية، في جدول تلخيصي، يُذكر بما سبق، ويسهل المقارنة بينها:

1- لوسيان سفيز، التواصل عبر وسائل الإعلام والإعلان، تر: مرج علي إبراهيم، ط1، دار البحار للطباعة والنشر، بيروت، 2011، ص ص 27-103.

الجدول رقم (01)

يبين أنواع الاتصال الأساسية وخصائصها¹

نوع الاتصال	الاتصال الخطي التمثيلي	الاتصال التفاعلي التعبيري	الاتصال التبادلي المربك
الاستعارة الأساس	الآلة	الجسد	الخلط بين الجسد والآلة
العلاقة بين عناصر الاتصال	منفصلة، ومستقلة عن عملية الاتصال	تمايز وظيفي وارتباط عضوي	متميزة بسبب الوساطة التكنولوجية ومنغمسة في الاتصال الشامل
المهيمن في عملية الاتصال	المرسل: وسيط بين العالم الموضوعي والعالم الممثل إعلاميا	لا يوجد مهيمن: تساوي المرسل والمستقبل في الأهمية	هيمنة صيرورة الاتصال
شكل حضور الواقع	واقع موضوعي حقيقي وخارجي: خارج الذات	واقع ليس موضوعيا، بل محايث: هو جزء من الذات وهو جزء منها	لا يوجد واقع: مجرد نسخ زائفة عنه
ضامن الواقع	المرسل / المؤسسة الإعلامية	كفاءة المتواصلين، وملائمة شروط الاتصال	لا يوجد ضامن
الخلفية الفلسفية	(ديكارت): أهمية وساطة العقل في إدراك الواقع، وأسبقية العقل على الوجود	(اسبينوزا): حلول الجزء في الكل والكل في الجزء. كمال الطبيعة رغم قصور أجزائها	ظاهرها الخلط بين الفلسفتين. . .

وحيثما نحاول تجريد النموذج المعرفي الكامن في أنواع الاتصال الثلاثة، يواجهنا تقابل غريب بين النماذج المعرفية لنماذج الاتصال تلك من جهة، ومحطات مسلسل التحديث والعلمنة من جهة ثانية، رغم أن تطور الاتصال الحديث هو قريب منا زمنيا، في حين تعود البداية - الأكثر وضوحا - لمسلسل التحديث والعلمنة إلى بضعة قرون خلت. وهذا ما سنعرفه في الصفحات الموالية.

1- هشام المكى، مرجع سبق ذكره، ص252.

2.1 النماذج المعرفية الخاصة بأنواع الاتصال:

1.2.1 النموذج المعرفي لـ (ديكارت) الخاص بالاتصال التمثيلي:

- علاقة الإنسان بالطبيعة: يعتبر كل من المرسل والمستقبل مستقلين عن عملية الاتصال من جهة، ومستقلين أيضا عن الواقع الموضوعي الذي يجري التواصل بشأنه من جهة ثانية، بمعنى أن طرفي الاتصال مستقلان عن الطبيعة، هنا يظهر الإنسان كمركز مستقل عن الطبيعة، يسيطر عليها ويتحكم فيها، حيث أن المرسل هو الذي يصنع الواقع ويحدده ثم يقدمه إلى المستقبل. ويكرس الاتصال التمثيلي، نظرة حدائية بامتياز لعلاقة الإنسان بالطبيعة، علاقة تنسم بالمواجهة والسيطرة والتفوق والاستغلال، وترجم إعلاميا بهيمنة صورة الواقع على الواقع نفسه، لتصبح الأولى مرجعا للثاني¹.

- علاقة الإنسان بالإنسان: يهيمن المرسل في الاتصال التمثيلي على المستقبل الذي يقف أمامه متلقيا سلبيا، لا يملك إلا أن ينفعل ويتأثر برسائل الاتصال، أما المؤسسة الإعلامية فلا يمثل لها الجمهور إلا مصدرا للريح، إنها الواحدية الإمبريالية حيث أن الإنسان/المركز، الذي يستمد قيمه ومعاييرته الأخلاقية من ذاته، لا تهمه سوى مصلحته الشخصية، التي تصبح مصدر قيمه ومرجعياته الأخلاقية، فيستخدم الآخرين ويستغلهم. ويحظى الوسيط الإعلامي بسلطات واسعة، فتسيطر المؤسسة الإعلامية على العالم الموضوعي، أي: هيمنة الإنسان على الإنسان الآخر، إذ يختار المرسل من مفردات الواقع ما يرغب هو في إبرازه، ويفرضه على المستقبل فرضا الذي يتوهم أنه بصدد تلقي معرفة حقيقية عن العالم الحقيقي كما يوجد فعلا في الخارج..إذا علاقة تنافس وصراع واستغلال، بين مرسل مهيمن ومستقبل ضعيف، وهي امتداد لنفس فلسفة التحديث التي شرعت الاستعمار وأفرزته².

- علاقة الإنسان بالإله: يبدو أن الإله حاضر بقوة في الاتصال التمثيلي، ما دام هذا الأخير يستند إلى الفلسفة الديكارتية التي تعتبر الإله الضامن الأساسي لبلوغ الحقيقة من قبل الانسان (المسيحي) . لكن القليل من التحليل قد يكشف عكس ذلك، فكيف تتحدد علاقة الإنسان بالإله في الاتصال التمثيلي؟ الاجابة ببساطة تكمن في هاذين الاقتباسين اللذان يبينان بوضوح مسألة تعطيل الإله. ف(ديكارت) يقر بداية بأن الإله مسؤول عن الخلق الأول، عن البدايات الأولى للحياة، فيرد خلق الانسان إلى الإله حين يقول: "إني أعتبر أن الجسد ليس شيئا سوى تمثال أو آلة من تراب، صنعها الإله عن قصد كي يجعلها شبيهة بنا قدر الإمكان..."³. لكنه يبين لاحقا أن دور

1- هشام المكى، مرجع سبق ذكره، ص ص 254-255.

1- المرجع نفسه، ص 256.

1- لوقا نظمي، الله أساس المعرفة والأخلاق عند ديكارت، سلسلة الإلهيات، ص 141.

الإله لا يتعدى الخلق الأول، أي البدايات الأولى لظهور الحياة، بينما تعمل الطبيعة، والكون كله، بما فيه الانسان، بشكل مستقل عن تدخل الإله: " هذه الوظائف تنتج كلها بصفة طبيعية في هذه الآلة عن وضع أعضائها وحده، تماما كما يحدث لحركات ساعة كبيرة، أو آلة متحركة بذاتها"¹. هكذا يحل الإله في الإنسان، ليصير الثاني مركز الكون وسيده، يستمد كل القيم والمعايير الأخلاقية والمرجعيات من ذاته، من خلال استخدام العقل طبعاً، فيحل الإله/المطلق في الإنسان/النسبي... كما تحل الطبيعة الكلية في الإدراك الإنساني الجزئي، حينما يعتبر الإدراك البشري للكون أوسع من الكون نفسه ! إنها رؤية حلولية، ظاهرها الإيمان بالله تعالى، وباطنها تعطيل الإله الفاعل المفارق للكون والإنسان والمتعالى عنهما، وحلوله في الإنسان/المفكر.

1.2.2 النموذج المعرفي لـ (اسبينوزا) الخاص بالاتصال التفاعلي التعبيري:

- علاقة الإنسان بالطبيعة: مع الاتصال التفاعلي التعبيري، طراً تحويل في طبيعة الاتصال نفسه من سلوك نقل المعلومات " أي : جزء من الواقع الموضوعي" إلى متلقي سلمي، إلى عملية تبادل تتم داخل الواقع نفسه، فهي عملية اجتماعية أساساً، يتم التعبير عنها إعلامياً، كما يعد التعبير الإعلامي بدوره جزءاً من حياتنا الاجتماعية وسلوكنا يومياً أساسياً...وهنا نذكر وصف (سفيز لوسيان) للاتصال التعبيري: " لم يعد الإعلام هذه الشخصية المستقلة التي تترجم العالم الموضوعي للمتلقى السلبي للإعلام الموجود في العالم، تماماً مثل المتلقي ذاته، كما يوجد العالم في الإعلام وفي المتلقي، يأوي الإعلام في فجوات هذه المجموعة الايصالية الصغيرة... كل امرئ قادر هنا على أن يكون وسيلة إعلامية بذاتها. كل امرئ موضوعي بطريقة ذاتية، في نشاطه الكبير للاتحاد بالعالم، إنه تواصل ديمقراطي بمتناول الجميع"². وهنا نستدعي أفكار الفيلسوف (اسبينوزا) : فإذا كانت استعارة الاتصال التفاعلي التعبيري عضوية - أي أن عناصره متميزة وظيفياً، لكنها مرتبطة بحيث لا يعمل الاتصال جيداً إلا إذا اشتغلت كل عناصره بشكل جيد)، فكذلك علاقة الانسان مرسلاً - مستقبلاً بالطبيعة هي علاقة عضوية: فليس في الإنسان انفصال بين العقل والمادة، أو النفس والجسد، بل هو ارتباط وتطابق بينهما، لذا فالإنسان جزءاً من الطبيعة والعالم، وليس له أفضلية على الطبيعة، فالإنسان والطبيعة يتكونان من المادة نفسها، ويخضع للقوانين العلمية نفسها، ولا يبرز الإنسان هنا كمخلوق متميز عن الطبيعة بقدر ما يصبح جزءاً منها، يشترك معها في الخضوع لنفس القانون الطبيعي: تكويناً ووظيفة واشتغالا. فتحتفي ثنائية "الإنسان/الطبيعة" حين تختفي ثنائية "الذات/الموضوع" بما هي متعينة اتصالياً في ثنائية"المرسل/الواقع الموضوعي" التي تختفي مع الاتصال التفاعلي التعبيري. ويكتشف المرسل أنه جزء من

1- المرجع نفسه، ص 142.

1- لوسيان سفيز، مرجع سبق ذكره، ص 22.

الواقع"الموضوعي بالطريقة ذاتها"، بالشكل نفسه الذي اكتشف به الانسان الغربي أنه جزءاً من الطبيعة و " أن ذاته طبيعية/المادية، وأن قوانين العقل الذي يميزه عن بقية الكائنات هي نفسها قوانين الطبيعة / المادة وأنه باستبعاد الما وراء وما هو غير زمني، تصبح الطبيعة/المادة وقوانينها هي المصدر الوحيد لمعايره ومنظوماته المعرفية والأخلاقية والجمالية.."¹.

– علاقة الإنسان بالإنسان: يرد الإنساني إلى الطبيعي، ويختفي الإنسان المكرم، الذي يستمد قيمته من تكريم الإله له، فيمتهن الإنسان، ويصير مثله مثل باقي مكونات الطبيعة، مادة قابلة للاستعمال والتوظيف²:

➤ يسعى الإنسان نحو إشباع لذاته وشهواته بكل الطرق، بغض النظر عن مشروعية ذلك الإشباع، ولو جاء على حساب الآخرين: فتظهر الفيديوهات التي تصور الحوادث المنزلية أو الخارجية المؤلمة/المضحكة، رغم أننا نضحك فيها على آلام الآخرين، وعوض أن تكون تلك الحوادث مدعاة للدعم والتضامن، تصبح مجالاً للفرجة والاستماع.

➤ المعاناة الإنسانية، هي موضوع إخباري جيد، تتناقله نشرات الأخبار، ونشاهده على مقاعدنا الوثيرة دون أي مسؤولية أخلاقية، أو حجل اتجاه الضحايا والمتضررين.

➤ أما الجمهور المستقبل، فمجال لاستغلال بشع من مؤسسة الإعلام وموضوع لمراكمة الأرباح، في تحالف مشبوه مع الشركات الإشهارية، وهو التحالف الذي يتوانى عن إبطال ملكات الفكر النقدي عند الجمهور، واعلاء الانفعالية والبلادة...

–علاقة الإنسان بالإله: فيما يخص علاقة إنسان الاتصال التفاعلي التعبيري بالإله، فهي واضحة هذه المرة، وتستند إلى استعارة الجسد العضوي التي يقوم عليها الاتصال التفاعلي: فالمرسل والمستقبل جزءان لا ينفصلان عن عملية الاتصال نفسها، وعن مضمون الاتصال أيضاً، بمعنى أن الاتصال التفاعلي لا يحيل على واقع موضوعي خارجي ومرجع مفارق، فكذلك لا ينفصل الإله عن الإنسان وعن الطبيعة أيضاً، بل يحل الإله في الطبيعة وفي الإنسان أيضاً بما هو جزء عضوي من الطبيعة، أي: أن الإله لا يحل في الإنسان الفرد المستقل كما هو الشأن في الاتصال الخطي، بل يحل الإله في الطبيعة باعتبارها كلا يتركب من مجموعة من الأجزاء بما فيها الانسان. وهذا ما أشار إليه (سبينوزا) بصريح العبارة في قوله: (إن كل الأشياء في الإله وتتحرك في الإله، وبهذا أنا أتفق مع القديس (بولس) ومع كل

1- المسيري عبد الوهاب، العلمانية الجزئية والعلمانية الشاملة، المجلد الأول، دار التنوير، 2010، ص224.

1- هشام المكّي، مرجع سبق ذكره، ص 260.

الفلاسفة القدماء مع اختلاف الأسلوب، في أن بعض الاقتراحات التي حاولت أن أثبتها هي الوحدة بين الإله والطبيعة)¹.

وحيثما يحل الإله في الطبيعة يختفي الإله المفارق والمتعالى عن الإنسان والكون، وتصبح القيم المادية هذه المرة هي المرجع الذي يستمد منه الإنسان معياره الأخلاقية، وهي القيم المادية التي لا تفصل بين الإنسان والشئ، بل تسري عليهما معا²:

➤ يوظف الجسد الإنساني سندا إشهاريا ومساحة إعلانية، يبيع مساحيق التجميل وغسول الشعر، والملابس وكل ما يمكن بيعه، شأنه شأن أي لوح إشهارى معلق على ناصية شارع رئيس... كما يصير الجسد الإنساني مجالا لإشباع الرغبة الجنسية وموضوعا لتحصيل اللذة، فلا تنجح الأفلام إلا بامتهان لجسد البشري وتوظيفه مساحة لإشباع الرغبة الجنسية، وموضوعا للعنف والعبادة بما يحققان من إثارة، وهذا ما انتبه إليه بعض المفكرين والنقاد الغربيين أنفسهم، وعبروا عنه في معادلة بسيطة تجمع بين الجنس والعنف.

➤ مقدمات الأخبار، لا يكفي أن يكن مثقفات ويتفنن فنون الأداء والتقديم بل هناك شروط جمالية تكون هي المعيار الأول في عملية الانتقاء.

1.2.1 النموذج المعرفي الخاص بالاتصال التبادلي المربك:

يأخذ الاتصال التبادلي المربك طابعا خاصا، فهو يبدو للوهلة الأولى عديم السمات والملاحح، مجرد مزيج من خصائص الاتصالات الخطي والتفاعلي، لكن هل يتحدد الاتصال التبادلي هكذا بكل بساطة، باعتباره مزيجا بين نمطين من الاتصال؟ في الواقع، أفضى الخلط بين الاتصالات الخطي والتفاعلي إلى نوع ثالث هو أكبر من مجرد دمجهما، إذ يهدم الاتصال التبادلي المربك كل البديهيات الاتصالية المعهودة وعلى رأسها عناصر الاتصال، ف"الرسالة، والمرسل، والمستقبل، عناصر بحكم المفقودة هنا، وبحكم المحذوف، واقع الذات، وواقع العالم، وبالتالي واقع الأفراد التفاعلي..."³.

1- Spinoza, The chief works of benedict spinoza, vol2, Lettres, No : 21, 2002, p23.

1- هشام المكي، مرجع سبق ذكره، ص ص 261 - 261.

1- لوسيان سيفر، مرجع سبق ذكره، ص 135.

أما فيما يتعلق بمرجعيتيه الفلسفية فقد يتصور البعض أنها تدمج فلسفتي (ديكارت) و(اسبينوزا)، لكنها مرجعية أكبر من ذلك أيضا "وبحكم المستبعد، كل رجوع إلى التمثل الديكارتي الذي يباعد بين الذات والموضوع، ومستبعد أيضا كل رجوع إلى التعبير السبينوزي، وإلى الإدراج الحرج لذات معقدة في محيط معقد..."¹.

في غياب عناصر الاتصال بمعناها المعروف، وفي غياب الذات والواقع، كيف يتحدد النموذج المعرفي للاتصال التفاعلي المربك؟، وكيف تتحدد العلاقات الثلاث بين الإنسان وبين كل من أخيه الإنسان والطبيعة والإله؟، كنا قد أوضحنا سابقا كيف يختفي الواقع في الاتصال التبادلي، سواء كان واقعا موضوعيا منفصلا عن الذات، أو واقعا ذاتيا تمتزج به الذات وتشكل أحد عناصره، ومرد ذلك إلى سيرورة الاتصال التي تتم بلا انقطاع، وبشكل تنمحي معه الحدود بين الواقع الفعلي وصورته، خصوصا وأنه واقع يخضع للانتاج وإعادة الانتاج في سيرورة لا تنتهي بحيث يصعب التمييز بين الواقع الزائف والواقع الحقيقي...إنها إذا علاقة تقوم على عدم التحديد وعدم وجود معايير واضحة لفرز الواقع، وعدم التحديد هذا هو الذي يطبع علاقة الإنسان بالطبيعة، التي تصبح بدورها علاقة فوضوية، ويكتشف الانسان أنها لا تصلح مركزا، كما كان الحال عليه في الاتصال التفاعلي الذي يحل فيه الإله في الطبيعة/المادة، حيث أثبتت العلوم المعاصرة اتساع الطبيعة وقوانينها بشكل تصبح معه عصبية على التحديد، فالكون تطبعه "النسبية" و"الفوضى" نظامه الوحيد...وعوض أن تكون الطبيعة/المادة هي مركز الكون، تتوزع القداسة على كل أجزاء الطبيعة لتتفكك وتختفي بعد ذلك.

أبرز الجدول التلخيصي لأنواع الاتصال الأساسية السابق الذكر، أن الاتصال التبادلي المربك يتميز باختفاء المرسل والمستقبل والرسالة والواقع، كما لا يوجد فيه ضامن للواقع...والسبب الحقيقي وراء ذلك هو عدم وجود مركز بالمعنى المعرفي، ولو كان الإله العلماني بنوعيه: إله (ديكارت) الذي يحل في الإنسان، أو إله (اسبينوزا) الذي يحل في الطبيعة، وبغض النظر عن شكل الإله المعلمن، فقد كان لدينا على الأقل مركز، ومرجع معياري للانسان، يستمد منه قيمه ومعاييره، بغض النظر عن موقفنا من تلك القيم والمعايير، وسواء كان ذلك المركز هو إنسان المصلحة الامبريالي، أو الطبيعة بقيمها المادية، فقد كان لدينا قدر من التحديد في الاتصال بعناصر واضحة، وقدر ما من الواقع، لكن في الاتصال المربك لا يوجد مركز ولا ضامن.

وقد كان (لوسيان سيفز) موقفا حينما أشار: "إن واقع التواصل وواقع تأثيراته الممكنة التي يمكن أن تتلقاها رسالة ما يقاسان كلاهما بحالة التواصل الشاملة، في لحظة معينة، مؤقتة دائما - فيض مستمر - ، لا تأخذ عملية التواصل

1- المرجع نفسه، ص 135.

بالحسبان إلا الآتي والذاهب من حوار بلا أشخاص، لا تأخذ بالحسبان إلا ذاتها، أي: التواصل في موضوعه الخاص إنه الحشو¹. إذ" تتعدد مراكز الحلول إلى أن تصبح الصيرورة هي مركز الحلول، ويصبح النسبي هو المطلق الوحيد، ويصبح التغير هو نقطة الثبات الوحيدة، حينئذ تفقد الطبيعة/المادة مركزيتها باعتبارها المرجعية النهائية، ويغيب في نهاية الأمر كل يقين وتسيطر النسبية تماما وتتعدد المراكز ويسقط كل شيء في قبضة الصيرورة الشاملة². في هذه الحالة، تسود الفوضى وانعدام القيمة والغائية للعلاقات الثلاثة: علاقة الإنسان بكل من الإله والإنسان والطبيعة، ليس هناك من نظام باستثناء الفوضى الدائمة والصيرورة المستمرة.

3.1 الجانب القيمي الثقافي لأنواع التواصل :

تعكس أنواع الاتصال الثلاثة: الخطي التمثيلي، التفاعلي التعبيري، والتبادلي المربك، انتقال الفكر الغربي من مراحل التحديث والحداثة إلى ما بعد الحداثة، وهو ما تكشفه النماذج المعرفية باعتبارها نماذج تحليلية أساسا، خصوصا ما يتعلق بشكل حضور الإله، ليس بالمعنى الديني الشائع الذي يتراوح فيه ذلك الحضور بين التوحيد والشرك والإلحاد، ولكن بمعناه المعرفي، الذي يعتبر به الإله ضامنا للحقيقة، ومركزا ومرجعا معرفيا يستمد منه الإنسان القيمة والمعنى والمعيارية، لذا فهذا" الانتقال من عالم متماسك فيه معيارية- حتى وإن كانت مادية - إلى عالم مفكك بلا معيارية، هو الانتقال من عصر التحديث والحداثة إلى عصر ما بعد الحداثة، عصر البراجماتية واختفاء الذاكرة والرغبة في التجاوز، مرحلة اختفاء الذات والموضوع، ومن ثم اختفاء المركز - الانساني والطبيعي - ، ومن ثم فهي مرحلة اللاعقلانية المادية³.

ويفصح القليل من التحليل وإعادة تنظيم الأفكار إلى الخروج بمنظومة قيم اتصالية اعلامية واحدة تقريبا، خصوصا إذا ركزنا على علاقة الانسان بالاله تحديدا في النماذج الثلاثة، لأن هذه العلاقة تشير بشكل أساسي إلى مصدر المرجعية المعرفية والمعيارية الأخلاقية⁴:

- يقدم الاتصال الخطي التمثيلي تصورا معلمنا للاله، إذ يعتبر فيه الانسان مركز الحلول إنها حلولية إنسانية، يتم فيها إضفاء القداسة على الانسان الذي يصبح حينها مركز الكون وتصبح ذاتيته الخاصة، ومصطلحته الفردية مرجعه المعرفي، الذي ينهل منه معياريته الأخلاقية، ينتج عن ذلك بلا شك ظهور قيمتين موجّهتين

1- المرجع نفسه، ص 110.

2- المرجع نفسه، ص 111.

3- المسيري عبد الوهاب، العلمانية الجزئية والعلمانية الشاملة، مرجع سبق ذكره، ص 230.

1- هشام المكّي، مرجع سبق ذكره، ص ص 265 - 266.

يمكن أن تتفرع عنهما قيم جزئية تعكسهما، يتعلق الأمر بقيمة التنافسية المطلقة، التي تسم أساسا علاقة الانسان بأخيه الإنسان، حيث تغيب عنها أي حدود أو معايير أخلاقية، وقيمة الاستغلال، التي تستمد من ثنائية الإنسان/الطبيعة القائمة على المواجهة والصراع والاستغلال.

- أما الاتصال التفاعلي التعبيري، فالإله فيه يحل في الطبيعة/المادة، حيث يفقد الإنسان تميزه عن باقي الكائنات الأخرى، ويرد إلى عناصره المادية التي يعرف من خلالها... وتصبح الطبيعة/المادة مركز الكون، ومرجعته المعرفية ومصدر معياريته، هنا تضاف إلى اللائحة قيم موجهة أخرى، أولها قيمة المادية، أي: التجرد من كل القيم الإنسانية والدينية والأخلاقية مهما كان نوعها، والاحتكام إلى قوانين الطبيعة/المادة، ومن هذه القيمة ينبع تسليع الإنسان واستعماله سندا إشهاريا أو مجالا للإثارة وإشباع شهواته، مادام الإنسان مجرد شيء من أشياء الطبيعة، ولا معنى هنا لقيم إنسانية من قبيل التضامن والنخوة والحياء والاحترام والأسرة وغيرها... كما تظهر قيمة موجهة أخرى هي قيمة الصراع، وهي تكريس لقيمة التنافسية السابقة، إلا أنها أعنف وأشرس تتأطر بما يروج من شعار البقاء للأصلح، الذي ينبع من الداروينية التي بدأت بيولوجية وأضححت اجتماعية، بل وأمست حضارية دولية.

- أما الاتصال التبادلي المربك، فيختفي فيه الإله تماما وتسوده الصيرورة، فتتآكل كل القيم وتتفكك، وتسقط آخر المعسكرات الإنسانية، وتعم الفوضى، إنه مجال بلا حدود، لا يقبل الثواب، ولا يعترف بالقيم، أما قيمه الموجهة هما: النسبية التي تعني أن كل شيء نسبي، فلا يوجد مثلا صدق أو كذب، ولا خير أو شر، ولا واقع، فتغيب أي قيمة أخلاقية أو إنسانية كيفما كان شكلها، ومصدرها، والقيمة الموجهة الثانية هي الصيرورة الدائمة، أي: التحول الدائم - وليس بالمعنى الفلسفي - الذي يستحيل التحدث معه عن أي شيء بأدنى قدر من اليقين والثبات.

نجد أنفسنا الآن أمام ستة قيم موجهة، هي التنافسية وصيغتها الأكثر توحشا المتمثلة في الصراع، والاستغلال وصيغتها الأكثر فضاة المتمثلة في المادية، والصيرورة وصيغتها القسوى المتمثلة في النسبية المطلقة. وكأننا أمام ثلاثة ثنائيات قيمية موجهة تتراوح كل منها بين القيمة وحدها الأقصى، فالحد الأقصى للتنافسية، أن تصير صراعا يدمر المتنافسين، فيصير استغلالا بشعا بلا حدود، لا يميز بين الانسان وموارد الطبيعة، وهي المادية التي لا تعترف بأي قيمة انسانية، أما الصيرورة، أي: التحول المستمر، فيرفع إلى أقصى وتيرة ليقع في النسبية المطلقة، فلا ثابت هناك ولا قيمة يُعترف بها انسانية كانت أو مادية.

إلا أن المشكل تحديدا يكمن في فصل القيم الاتصالية عن الغائية الأخلاقية وهنا يقول (زيغمونت بومان) في سياق تحليله بفصل العقلانية عن الأخلاق " في نظام قائم على التناقض بين العقلانية والمبادئ الأخلاقية، تصير الإنسانية هي الخاسر الأكبر، ويستطيع الشر أن يلعب دوره الوضيع"¹.

وهذا ما يقع في الاتصال نفسه، فقيم مثل الجمال والإمتاع وغيرها... لا تعرف في سياق أخلاقي، بل تكتسب معناها في سياق اتصالي مهني صرف: فالجميل ما كان منسجما مع الموضة، ولاقى استحسان الجمهور وجلب نسا أعلى من المشاهدة، ولو كان قائما على العري أو...، والممتع ما كان مسليا، يرخي الجمهور ويسليه، ويشده إلى المحتوى، ولو كان مضيعة للوقت وتعطيلا للملكات الفكر وإفسادا للذوق...

وكمثال عن القيم التي أنتجتها مجتمعات ما بعد الحداثة في السياق الاتصالي الاعلامي، وعلاقة ذلك بالقيم الموجهة السابقة، نورد ما توصل إليه (محمد حسام الدين) في بحثه المتميز حول " الإعلام وما بعد الحداثة "، حيث استخراج مصفوفة قيم ما بعد الحداثة التي حصرها في عشر قيم، وإن كان يقر بأنه استوحى تلك المصفوفة من أعمال باحثين آخرين، وتحدد تلك القيم كالتالي: " النسبية الاجتماعية، الحتمية الثقافية، رفض النزعة الإنسانية، انكار الميتافيزيقا والأديان، رفض الأنساق المغلقة، رفض العقلانية، رفض كلية المعرفة، تفسير كل شيء من خلال القوة، نقد غير ثوري للنظم القائمة، استحالة التحديد"².

2. التواصل ضمن التحليل القيمي الثقافي:

1.2 الاتصال و الذات الاجتماعية و البنيات الثقافية:

لقد قدم الفيلسوف (جون ديوي John Dewey) ، معادلة لثنائية المجتمع و الاتصال في مقال مشهور صدر سنة 1916 بعنوان "الديمقراطية و التربية Democracy and Education " أكد فيه على أن: "المجتمع لا يتشكل وجوده عبر التواصل و عبر الاتصال فحسب بل و يمكننا القول و بكل ثقة و ثبات أن المجتمع يستمر و جوده في التواصل و في الاتصال.³ "فالاتصال كما أضاف، هو"الطريقة التي تتمكن عبرها التجمعات البشرية من أن تجد أشياء مشتركة حتى تعيش سويا"⁴.

1- باومان زيغمونت، الحداثة والهولوكوست، تر: حجاج أبو جبر ودينا رمضان، ط1، مدارات للأبحاث والنشر، القاهرة، 2014، ص 313.

2- إسماعيل محمد حسام الدين، الإعلام وما بعد الحداثة: الأسس النظرية والتطبيقات الاتصالية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2008، ص 38 - 41.

3- Park, Robert. E. Burgess. Ernest W, Introduction, to the sciences of the sociology, Chicago University of Chicago Press , 1970, p103.

4- Ibid,p103.

من هذا المنظور يمكن فهم ظاهرة الاتصال عبر عدة منطلقات نظرية اجتماعية أو غيرها، كما أن الظاهرة الاجتماعية يصعب بل و يستحيل حتى فهمها في غياب الاتصال، وهي المبادئ التي شدد عليها أحد رواد مدرسة التفاعلات الرمزية، ويتعلق الأمر (بجورج هربرت ميد George Herbert Mead) : " فالمبدأ الأساسي في أي تجمع إنساني اجتماعي هو "الاتصال" و الذي يقتضي المشاركة مع الآخر، الأمر الذي يتطلب أن يظهر الآخر في "الأنا" وأن يتمثل "الأنا" في الآخر، وبأن نصبح واعين "بالأنا" بفضل الآخر¹ . فالظاهرة الاجتماعية تحدث في المجتمع لذلك يصعب فهمها خارج السياق العام للمجتمع، وبسبب ذلك، أجمع العديد من المنظرين على أهمية هذا العامل و من بينهم (جاك كوزنيبي Jaques Cosnier) الذي قال: "إن مفهوم السياق يعتبر دون شك واحدا من بين أهم المفاهيم التي تبقى ضرورية أكثر لفهم الممارسات الاتصالية الإنسانية و حتى الحيوانية بشكل أوسع² .

وعليه فإن السياق العام اجتماعيا، وقد يكون نفسيا أو اقتصاديا أو ثقافيا، لذلك تشكل البنية الثقافية في هذا الإطار مجال اهتمام المختصين في الأنثروبولوجيا العامة و في الاتصال و في انثربولوجيا الاتصال، فالبنية الثقافية في حد ذاتها لها أهمية اتصالية على أكثر من صعيد، فهي تمثل شكلا من أشكال الاتصال، نفسها نفس أي سلوك اجتماعي، وهو واقع أكد عليه عالم اللغة (إدوارد ساير Edward Sapir) بقوله أن " كل بنية ثقافية و كل فعل فردي من السلوك الاجتماعي يفرزان اتصالا ضمنيا أو ظاهريا³ " بالإضافة إلى ساير، فقد أوضح (أمبرتو ايكو Umberto Eco) ضرورة "أن تُدرس الثقافة كظاهرة اتصالية مبنية على نسق الدلائل⁴ .

إن المجتمع، أي مجتمع كان، بذاته الاجتماعية، وبنياته الثقافية ينتج مجموعة من القواعد، و المعايير التي تحكم و توظف السلوك الاجتماعي، و التي على ضوءها ينشأ و يستمر و يتواصل المجتمع، و تجد أزمات الاتصال بعض التفسيرات عندما يحدث أي خلل في هذه المستويات، وقد شرح هذا الخلل و بشكل مفصل رائد الاتجاه الدرامي في مدرسة التفاعلات الرمزية (ارفينغ قوفمان Erving Goffman) في الفصل المعنون "بالنظام الاجتماعي" و الوارد في أطروحة الدكتوراه التي أنجزها، حيث قال: "عندما لا تحترم القواعد، أو عندما يظهر أنه لا توجد أية قاعدة قابلة للتطبيق، يتوقف المشاركون- يقصد الفاعلين الاجتماعيين- عن معرفة كيفية التصرف، أو معرفة ما ينتظره الآخرون منهم، فعلى المستوى الاجتماعي، فإن عملية إدماج نشاطات المشاركين تنشط، ونتاج ذلك يكون انتشار الفوضى الاجتماعية و اللانظام الاجتماعي، و في الوقت ذاته يعاني المشاركون من الفوضوية و التوتر و من التشويش الفردي⁵ .

1- George Herbert Mead, L'esprit, le soi et la société, Paris PUF 1963 , p, 215.

2 - Jacques Cosmier in Cahiers critiques de thérapie familiale et de pratique de réseaux : Texte et contexte dans la communication, Cahier N° 13, France - Juin 1991 p29.

3 - Edward Sapir , Linguistique. Editions de Minuit. Paris, 1968 p.92.

4 - Yves Winkin , La nouvelle communication, Editions du Seuil France,2000 p105.

5- Erving Goffman, Les moments et leurs hommes, Editions Seuil et Minuit, Paris, 1988 p.97.

هذا التحليل يبرز جيدا تداخل الظاهرة الاجتماعية مع الظاهرة الاتصالية، وضرورة فهم الذات الاجتماعية و البنيات الثقافية كشرط في الولوج إلى تعقيدات مفهوم الاتصال، والعكس صحيح كذلك، وإذا وصلنا إلى تحليل العملية الاتصالية من خلال فهم الذات الفاعلة في البنية الثقافية، تمكنا من ضبط الجوانب القيمة التي تشكل الثقافة ضمن هذه العملية انطلاقا من الذات التي تبدأ وتنتهي عندها القيمة.

2.2 أنثروبولوجيا الاتصال كمدخل لتفسير القيم الثقافية:

دراسة الاتصال كظاهرة ثقافية أساسية، مشروع، بدأت تتحقق بعض معالمه في بداية السبعينيات، حيث بدأت تتوسع النظرة لأنثروبولوجيا الاتصال، لتتحرر من الانشغال اللغوي الذي كان منطلق بداية هذا العلم، على دراسة كل السلوكيات والوضعيات و الأشياء الموجودة عند جماعة معينة على أساس أن لها قيمة اتصالية. (Sherzer Joel) الذي يعتبر من أوائل طلبة (Hymes Dell) كان في انتقاداته لأستاذه قد وضع أسسا أخرى وأفقا لمحتوى الدراسات الانثروبولوجية للانتقال بأنثروبولوجيا الاتصال إلى رحلة جديدة، حيث أكد أن هذه الدراسات من الضروري أن يتم الالتزام فيها بوصف ما يأتي: ¹

- السبل والوسائل الاتصالية للجماعات و المجتمعات.
 - استعمال هذه السبل و الوسائل.
 - العلاقات المتبادلة بين السبل و الوسائل و أنواع الخطابات و أنواع التفاعل الاجتماعي.
 - العلاقة بين صيغ و طرق الاتصال وباقي الحالات الثقافية و التنظيم الاجتماعي، والسياسي والاقتصادي و الديني.
- تحدث (Sherzer Joel) في ذات المساهمة عن ضرورة أن تكون لأنثروبولوجيا الاتصال إمكانية تكوين أفراد يكونون قادرين على القيام بأبحاث حول مجتمعاتهم الأصلية، كباحثين ومحللين محليين كمشاركين وملاحظين محليين، وهو انشغال مبني على اعتقاد لدى الكثير من باحثي أنثروبولوجيا الاتصال من أنه من الصعب على الباحثين الذهاب بعيدا في دراساتهم إذا ما كانوا غرباء عن السياقات المحلية موضوع الدراسة في مجال انثروبولوجيا الاتصال. ²
- ومن بداية التسعينيات من القرن الماضي ظهر و تأسس بشكل واضح ، التوجه الأساسي في دراسات انثروبولوجيا الاتصال اليوم، وهو التوجه الذي ركز محور الاهتمام بدراسة المؤلف في الاتصال، دراسة الفعل الاتصالي اليومي.

1- Sherzer Joel , The ethnography of speaking,: A critical appraisal, in SAVILLE-TROIKE, M.(ed),Linguistics and Anthropology. Georgetown, U. Round Table on languages and linguistics 1977, Washington,D.C, Georgetown, Upp43-57. P53

2- Lohisse Jean, les systèmes de communication, approche socioanthropologique, Editions Armand Colin, France 1998 P10.

إن التعريف الذي وصل إلى اعتبار الاتصال تجربة انثروبولوجية جاء محصلة مسار اتساع مجال الاتصال في الحياة اليومية، وإرادة الباحثين في التحرر من مفاهيم الاتصال الكلاسيكية، وقد بدأت هذه الإرادة مع عدة باحثين في النصف الثاني من القرن الماضي، و من هذه التعاريف الأولى التي كانت أعطت مؤشرات وجود إرادة لهذا التحرر، تعريف (R. Birdwhistell) الذي أكد أن "الاتصال نسق سلوكي مدمج، يقوم بتصنيف وضبط وحفظ السلوكيات، ومنه يجعل هذا الاتصال العلاقات بين الناس ممكنة"¹.

مساهمة أخرى لـ (نيكلاس لومان)، الذي أكد أن "الاتصال كان دائما عملية اجتماعية، إن الاتصال هو العنصر المحدد و المفرق بن الأنساق، وأنساق الاتصال المعقدة، فبدون الاتصال لا يمكن أن نصف المجتمع المعاصر لأن الأنساق الاجتماعية تتشكل من خلال الاتصال"² ولعل أهم هذه الأنساق التي تتشكل من خلال الاتصال هو النسق القيمي الثقافي.

وذكر مساهمة (Paul watzlawick) رائد مدرسة بالو ألتو، مهمة كذلك في هذا المجال، حيث تحدث الاتصال كلغة للتغيير، وعن إمكانية أن يكون الاتصال مصدرا لتغيير فيزيائي، وهذا بقوله "إن بعض الاتصالات الشخصية ليس لها أثرا فقط في تغيير بعض الأمزجة، الآراء و المشاعر كما يلاحظ يوميا، لكن يمكن أن تكون في ذات الوقت مصدرا لتغيير فيزيائي لا يمكن أن ينتج بشكل قصدي"³.

وقد أوضح (جورجن روش Jürgen Ruesch) أنه عندما نقوم بدراسة الاتصال من هذا الموقع القيمي الثقافي، لا بد على الباحث أن يأخذ بعين الاعتبار في إستراتيجية عمله المعطيات التالية:⁴

- أعضاء المجتمع المبحوث يلتزمون بالتعميم في حديثهم حتى عن الثقافة الخاصة بهم.
- يجب أن يلاحظ الباحث التفاعل والاتصال بين أعضاء الجماعة كملاحظ محايد.
- يأتي فهم الباحث في جزء كبير من تفاعله الخاص مع بعض أعضاء الجماعة المدروسة.

ومن هنا أصبح مفهوم الاتصال مفهوما واسعا، فكل فعل أو سلوك أو شيء ما يمكن أن يكون حاملا لرسالة اتصالية. و تعتبر الجوانب الثقافية القيمية نسقا محركا لكل سلوك اتصالي، وهو ما أوضحه علماء الأنثروبولوجيا كما هو حال (ايف وينكن)، الذي أكد أن " امتداد الاتصال في الأنثروبولوجيا يجب أن يكون مرتبطا بامتداد الاتصال في الثقافات و الجاليات على الدراسة الاثنوغرافية التي تقوم عليها الوقائع و النظريات الأنثروبولوجية. في كل ثقافة أو

1- Winkin Yves et autres, la nouvelle communication. Editions du seuil France 2000, P157.

2-Danilo , sociologies de la modernité. Folio essais , Gallimard France 1999, P158.

3-Paul watzlawick , Le langage du changement Essais Points 1986, P11

4-Bateson Gregory, Ruesch Jürgen , Communication :the social matrix of psychiatry , Norton New york, 1951 P 6.

جماعة، فإن السلوك والأشياء يتم تنظيمها، واستعمالها، والتردد عليها و تأويلها بشكل انتقائي وفق قيمتها الاتصالية"¹.

إن الاتصال هو تجربة انثروبولوجية قبل كل شيء، لأن الاتصال هو حقيقة في الواقع، ونموذج ثقافي في حد ذاته، وهو أمر محسوم بالنسبة للأنثروبولوجيين، فأن تتصل هذا يعني أن تبادل شيئاً ما مع الآخر، فلا يوجد و ببساطة حياة فردية و لا جماعية بدون اتصال، وكل تجربة شخصية أو تجربة أي مجتمع تقتضي تحديدا لقواعد الاتصال، وبما أنه لا يوجد أناس بدون مجتمعات، فمن الطبيعي أن لا يوجد أي مجتمع في غياب الاتصال. الاتصال هو تجربة أنثروبولوجية، حيث يؤكد علماء الأنثروبولوجيا و المؤرخون على أنه لم يسبق وإن كان هناك اتصال لذاته، فالاتصال كان دائما مرتبطا بنموذج ثقافي، بمعنى عبر تماثل الآخر².

3.2 رهان "الفهم" الاتصالي في المجتمعات اللامرئية :

إن أهم حاجز يقف أمامنا لفهم بنية الاتصال في المجتمع بغية دراسة الجوانب القيمة الثقافية فيه، هو تشكل ما يسمى "بالمجتمع اللامرئي"، مجتمع لامرئي من ناحية المعرفة العلمية، فالأزمة تكمن في عدم معرفتنا بالآخر، بكل ما يحمله هذا الجهل من عدم معرفة مدونة"codeالآخر" على حد ما أكده ستيوارت هال أحد رواد الدراسات الثقافية في مجال الأبحاث الاتصالية والذي جاء بمفهومي التودين" encoding" و فك المدونة "decoding"³. إن جهلنا بالآخر، جهلنا بالمجتمع، مع ما يتضمنه هذا الجهل من عدم معرفة بمدونة الآخر، و بالمعاني التي تحملها الرموز لديه، يقابله غياب أو شبه انعدام للدراسات التي تحاول الولوج إلى وعي الفرد لمعرفة الفعل الاجتماعي و معاني هذا الفعل. إن هذه الوضعية تعتبر من أهم معوقات الاتصال في حد ذاته، كما أن هذه المعوقات الاتصالية ستزيد في تعميق التخلف الخاص بالدراسات الاتصالية، و في الاتصال حول الاتصال. وإن فهم الآخر يبدأ بفهم الذات ، لذلك يؤكد (Edgar Morin) : " أن أول حاجز لفهم الآخر ، ينتج من حالة اللافهم التي تنبع من ذاتنا"⁴. ومن أجل الوصول إلى حالة الفهم هذه، يعتقد (موران) أنه من الضروري الاعتراف ببنيات التفكير التي تحكمنا و تحكم الآخرين.

1- Yves Winkin, Anthropologie de la communication, De la théorie au terrain, De Boeck Université de Bruxelles 1996, P11.

2-Dominique Wolton ,penser la communication Editions flammariion, France ,1997, P68.

³ - بوجمة رضوان، مرجع سبق ذكره، ص 71.

4-Edgar Morin,L'enjeu humain de la communication in la communication, Etat des Savoirs, Editions des Sciences humaines,Auxerre cedex ,1998, p38.

إن هذا الفهم، يراه (موران) أنه وسيلة و غاية الاتصال الإنساني ، فمما لاشك فيه أنّ لوسائل الاتصال المختلفة والمتنوعة أثراً بارزاً ومهماً في تعميق التفاهم بين الناس حتى أنّها أوجدت حكمة ولكنّ إدغارموران يؤكّد أن " لا تقنية من تقنيات التواصل من هاتف ومن إنترنت تحمل في ذاتها خاصية الفهم. فلا يمكن إضفاء الطابع الرقمي على الفهم"¹. ولذلك يظلّ التفاهم خاصية إنسانية بالأساس ولا علاقة لآلات الذكاء الاصطناعي بها.

وكون التفاهم ميزة البشر فهذا يعني انه حصيلة ثقافة، وبالتالي هو نتيجة تربية، أو هو مكوّن من مكوّنات التربية. بعبارة أخرى إنّ "الفهم هو في الوقت نفسه وسيلة وغاية التواصل الإنساني. فلا يمكن أن يكون هناك تقدّم في مجال العلاقات بين الأفراد والأمم والثقافات من دون فهم متبادل، ولفهم الأهمية الحيوية للفهم يجب إصلاح العقليات، الشيء الذي يستلزم بطريقة متناظرة إصلاح التربية"².

إنّ انتشار الفهم والتفاهم بين الأفراد والثقافات والأمم... إلخ يقتضي مراعاة الجوانب الاتصالية ؛ وذلك حتى تكون هذه الأخيرة سبيلا للتفاهم والتقارب بين الناس لا سبيلا للتفرقة والحروب بين البشر. ولكي تكون هذه الأطر الاتصالية هادفة وواعية وناجعة يكون من المفيد أن تتركز على معنى واضح للفهم، وأن تنطلق من تحديد دقيق لعوائق الفهم، ومن بعدها من الوقوف عند أخلاق الفهم.

لكن ما هي المفارقة المعاصرة؟ فالتطور الهام لوسائل الاتصال الجماهيري يؤدي إلى قليل من الاتصال "بمعنى الفهم"، رغم أن هذا الفهم يعتبر رهانا حاسما من أجل أن نتمكن من الخروج مما يمكن تسميته ببربرية الاتصال الانساني.

و هو ما يدعوننا لطرح تساؤلات حول الكيفية التي يمكننا من خلالها إنقاذ فكرة معينة عن الاتصال المرتبطة بفكرة تقاسم الفهم، أي عندما يكون الاتصال مكتسحا بالمصالح و بالإيديولوجيات؟ و غيرها من التساؤلات التي توجد في قلب إيستمولوجيا علوم الإعلام و الاتصال، كما توجد ضمن اهتمامات الفكر الاجتماعي المعاصر و في اهتمامات أنثروبولوجيا الاتصال.

1-Ibid,p42.

2-Ibid,p46.

3. عملية اكتساب القيم الثقافية اتصاليا:

3.1 اكتساب نسق القيم الثقافية:

إن الوقوف على الصيغة الأساسية والنهائية التي يكتسب في ظلها الأفراد أنساق قيمهم مازال أمرا يتعامل معه الباحثون من منظور التعقيد ، وبالتالي العمومية الشديدة التي يعجز المرء من خلالها عن الوقوف على ديناميات عملية الاكتساب لدى الأفراد والجماعات، وفي هذا المجال يفرق العاملون في هذا المجال بين عملية اكتساب القيم وبين عملية تغييرها، حيث يعرف (ريشر N.Rusher) عملية اكتساب القيم على أنها: " العملية التي يتبنى الفرد من خلالها مجموعة معينة من القيم مقابل التخلي Abandonment عن قيم أخرى¹."

أما تغير القيم فيقصد به تحرك وضع القيمة على هذا المتصل، فالأكتساب إذن يعني مسألة الوجود أو عدم الوجود أما التغير فهو في الدرجة التي يتحدد بها هذا الوجود، وإيماننا منا بأنه لا يمكننا كباحثين تناول القيمة بشكل عام أو كمقولة عامة، كان علينا جليا توضيح معنى النسق:

-معنى النسق: النسق هو " مجموعة الوحدات المرتبة ترتيبا مخصوصا، والمتصلة بعضها ببعض اتصالا به تنسيق، لكي تؤدي إلى غرض معين، أو لكي تقوم بوظيفة خاصة²"، وبعمامة ينظر إلى النسق على أنه يشتمل على ما يلي:

- هو مجموعة من أجزاء أو من عناصر.

- هناك علاقات وتفاعلات قائمة بين عناصره.

- تجتمع عناصر النسق وتعمل بشكل جماعي لتأدية وظيفة معينة.

إن فكرة نسق القيم انبثقت من تصور يرى بأنه لا يمكننا دراسة أي قيمة من القيم منفردة أو بمعزل عن باقي القيم الأخرى المشكلة للنسق وعليه فإن:

معنى نسق القيم : يقصد به مجموعة القيم المترابطة، التي تنظم سلوك الفرد وتصرفاته، ويتم غالبا دون وعي الفرد، وتعبير آخر هو عبارة عن الترتيب الهرمي لمجموعة القيم التي يتبناها الفرد، أو أفراد المجتمع، ويحكم سلوكه أو سلوكهم، دون الوعي بذلك³.

1- عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم (دراسة نفسية)، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1978ص70.

2- المرجع نفسه، ص71.

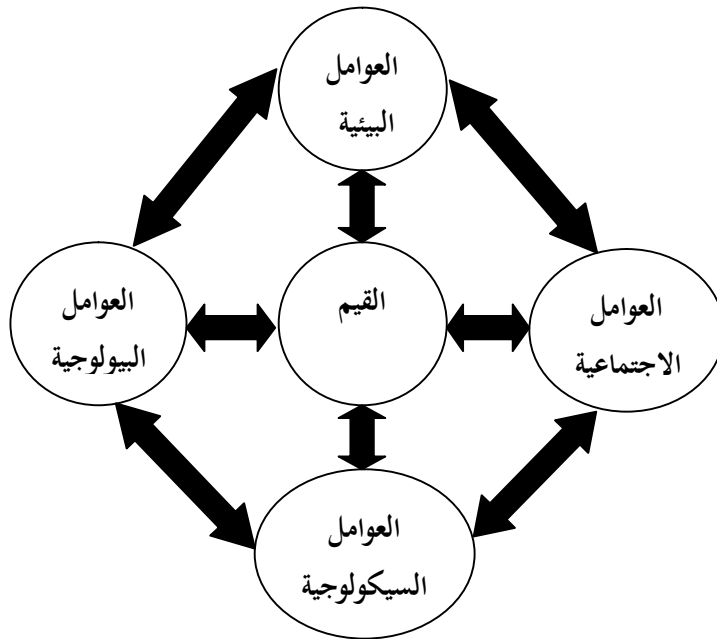
3- المرجع نفسه، ص72.

يرى (ريشر) بأن: " اكتساب الفرد لقيمه يمر بمراحل مختلفة تبني الفرد لقيمة معينة، ثم إعادة توزيع هذه القيمة وإعطائها وزنا معينة، ثم يلي ذلك اتساع مجال عملها داخل البناء العام للقيم ثم ارتفاع معايير هذه القيمة في ظل وجود أهداف معينة وما تحققة من فائدة لمبنيها، وأما اختفاء القيمة أو التحلي عنها فيأخذ أشكالا معاكسة لذلك تماما¹."

وبالنسبة لمحددات اكتساب نسق القيم :يقسم (موريس) هذه المحددات إلى ثلاث فئات أساسية²:
-الفتة الأولى :المحددات البيئية والاجتماعية حيث يمكن تفسير أوجه التشابه والاختلاف بين الأفراد في ضوء اختلافات المؤثرات البيئية والاجتماعية.

-الفتة الثانية :المحددات السيكلوجية وتتضمن العديد من الجوانب كسمات الشخصية ودورها في تحديد التوجهات القيمة للأفراد.

-الفتة الثالثة :المحددات البيولوجية وتشتمل على الملامح أو الصفات الجسمية كالتطول والوزن والتغيرات في هذه الملامح وما يصاحبها من تغيرات في القيم،وذلك كما هو موضح بالشكل التالي:



شكل يوضح محددات اكتساب نسق القيم

1- المرجع نفسه، ص73.

2- المرجع نفسه، ص74.

➤ **الفئة الأولى المحددات الاجتماعية:** يرى "بنجتسون " أن القيم ما هي إلا نتاج ثلاثة مستويات اجتماعية¹:

- المستوى الأول :وهو المستوى الذي تحدد فيه الثقافة المفاهيم الجديرة بالرغبة فيها.

-المستوى الثاني :حيث توجد الأسرة وتوجهاتها نحو قيم وغايات بعينها.

- المستوى الثالث :ويتمثل في الجوانب الاجتماعية الفرعية كالمستوى الاقتصادي، الاجتماعي والدين والجنس والمهنة ومستوى التعليم وغير ذلك.

➤ **الفئة الثانية المحددات السيكولوجية :** سنتناول هذه المحددات السيكولوجية للقيم في ضوء ما يأتي :

موقف التحليل النفسي : ترى مدرسة التحليل النفسي أن عملية اكتساب القيم تبدأ منذ مرحلة الطفولة المبكرة، حيث يكتسب الطفل أناه الأعلى من خلال التوحد مع الوالدين، إذ يقوم الوالدين بدور ممثلي النظام فهما يعلمان الطفل القواعد الأخلاقية والقيم التقليدية والمثل العليا للمجتمع الذي يتربى فيه الطفل، وهما يفعلان ذلك عن طريق مكافأة الطفل عندما يفعل ما يجب عليه ، كما هما أن يعاقبانه عندما يخطئ فيما يجب عليه².

النظرية السلوكية : يرى أصحاب النظرية السلوكية أن عملية اكتساب القيم تتم عن طريقها التعزيز الإيجابي والتعزيز السلبي ويتعاملون مع القيم على أنها إما إيجابية أو سلبية كما أن ليست أكثر من استنتاجات من السلوك الظاهر للفرد. ينظر السلوكيون إلى القيم على أنها سلوك كغيرها من السلوكات، فكل السلوكات متعلمة نتيجة لتفاعل المتعلم مع المثيرات البيئية وتعزيز استجاباته لها، فالسلوك أو القيم المرغوبة متعلمة، وكذلك الغير مرغوبة ، وذلك اعتمادا على مبادئ التعلم التي يقر بها المجتمع وهي تدعيم الاستجابات وتعزيزها³.

النظرية المعرفية : تنظر المدرسة المعرفية التطويرية إلى اكتساب القيم بنظر هذه المدرسة ليس محاكاة لنموذج اجتماعي أو تكييف السلوك الأخلاقي بمقتضى المثيرات البيئية وإنما تؤكد أن القيم تنشأ من محاولة الفرد تحقيق التوازن في علاقاته الاجتماعية وقدراته العقلية، ويعتبر بياحيه من أوائل رواد هذه المدرسة فقد أبدى اهتماما في بعض دراساته بنمو حكم الطفل الأخلاقي، وطريقته في التفكير حول الأسئلة التي تتعلق بالصواب و الخطأ وفهمه للقوانين الاجتماعية. يرى أصحاب هذه النظرية أن اكتساب القيم وارتقاءها يقوم على أساس التغيير في الأبنية المعرفية

1- المرجع نفسه، ص75.

2- كالفين سيرنجر هول، لندزي جاردنر، نظريات الشخصية، ترجمة: فرج أحمد فرج وآخرون، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، القاهرة 1981، ص120.

3-المرجع نفسه، ص122.

Cognitive constructs عبر مراحل العمر المختلفة، وأن هذا التغير في الأبنية المعرفية يصاحبه تغير في تفكير الفرد من العيانية إلى التجريد. وأوضح أن ذلك يؤثر على الارتقاء الوجداني وعلى نسق القيم الذي يتبناه الفرد¹.

➤ **الفئة الثالثة: المحددات البيولوجية:** كشفت نتائج الدراسة التي أجراها "موريس" في هذا الصدد عن أهمية بعض الملامح الجسمية للفرد كحجم الجسم والطول والوزن في علاقتها بالتوجهات القيمة للأفراد وأنه مع نمو الفرد تتغير هذه الملامح ويصاحبها تغير في التوجهات القيمة، فمع زيادة حجم الجسم تتناقص التوجهات القيمة التي تتعلق بالاستقلال والمنافسة، في حين تزداد التوجهات الخاصة بمشاركة الجماعة والطاعة والحياة الداخلية وخبرات البهجة².

يؤيد ذلك ما توصل إليه (أيزنك) في دراساته من وجود أساس بيولوجي للسمات الأساسية للشخصية كالانطواء والانبساط والعصابية، كما كشفت نتائج الدراسات التي أجريت في هذا المجال عن وجود تغيرات كبيرة في القيم أثناء مرحلة المراهقة، وذلك نتيجة التغيرات البيولوجية والفسولوجية التي تحدث خلالها بدرجة عالية فالتغيرات الجسمية تصاحبها تغيرات اجتماعية وانفعالية يمر بها الشباب، تلك التغيرات البيولوجية يصاحبها تغير في التوجهات القيمة³.

يتضح لنا مما سبق عرضه من محددات اجتماعية وسيكولوجية وبيولوجية أنه من الصعب الاعتماد على مصدر واحد في تفسيرنا لاكتساب الفرد لقيمه، وأنا يجب أن نأخذ في الاعتبار جميع هذه العوامل، فإكتساب القيم إنما هو محصلة التغيرات التراكمية في الجانب الاجتماعي والسيكولوجي والبيولوجي.

3.2 الأطر النظرية المفسرة لاكتساب القيم الثقافية:

➤ **تصور (ريشر) لارتقاء القيم:** يتلخص تصور (ريشر) في ارتقاء القيم فيما أسماه بإعادة توزيع الفرد لقيمه Value-redistribution على مدار الحياة، وهي عملية تخضع لعدد من الشروط الواجب توافرها لكي تتم ويتحقق من خلالها النمو والارتقاء في النسق القيمي، فهناك عمليتان يسيران جنباً إلى جنب في ارتقاء القيم هما نمو بعض القيم وظهورها واختفاء قيم أخرى وذلك على النحو الآتي⁴:

1- المرجع نفسه، ص 125.

2- معتز سيد عبدا الله، عبد اللطيف محمد خليفة، علم النفس الاجتماعي، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة 1994، ص 32.

3- المرجع نفسه، ص 33.

4- عيسى محمد رفقي، توضيح القيم أم تصحيح القيم، ندوة علم النفس التربوي، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، الكويت، 1996، ص 29.

أشكال اختفاء القيمة	أشكال نمو القيم
1-التخلي عن القيمة.	1-اكتساب القيمة.
2-نقص إعادة التوزيع.	2-زيادة إعادة توزيع القيمة.
3-تقدير منخفض للقيمة.	3-تقدير مرتفع للقيمة.
4-ضييق مجال عمل القيمة.	4-اتساع مجال عمل القيمة.
5-انخفاض معايير القيمة.	5-ارتفاع معايير القيمة.
6-تناقص أهمية القيمة.	6-تزايد أهمية القيمة.

➤ تصور (ماسلو): هذه النظرية تؤكد على وجود خمسة أنواع من الحاجات وهي:

حاجات فيزيولوجية، حاجة الأمن والسلامة، الحاجات الاجتماعية، حاجة احترام الذات، حاجة تحقيق الذات، وترى هذه النظرية أن كمية الحاجات هي نفسها بالنسبة للجميع، والاختلاف فقط في الموضوعات التي تحقق الإشباع وطرقها. لقد أوضح (ماسلو) في نظريته عن الدافعية أن هناك نوعا من الارتقاء المتتالي للحاجات حيث ترتقي حاجات الفرد في شكل نظامي متدرج ومنتال وذلك من الحاجات الأدنى إلى الحاجات الأعلى و طبقا لدرجة أهميتها أو سيادتها¹.

أوضحت نتائج بعض الدراسات وجود ارتباط أو علاقة واضحة بين اكتساب قيم الفرد وبين ارتقاء دوافعه وحاجاته، فالدافع إلى الإنجاز على سبيل المثال يرتبط ببعض القيم مثل: الإنجاز والطموح والتمكن والاستقلال، كما ترتبط الحاجة للانتماء ارتباطا موجبا بالصدقة والحب والسلام العالمي.

➤ تصور (كارل يونج): يرى (كارل يونج) أنه في السنوات المبكرة للغاية من العمر يستثمر "الليبدو" في نشاطات ضرورية للبقاء، وقبل سن الخامسة تبدأ القيم الجنسية في الظهور وتبلغ قممتها خلال المراهقة وتبلغ غرائز الحياة الأساسية والعمليات الحيوية في شباب المرء والسنوات الأولى من الرشد ذروتها، فالشخص الشاب يكون فياضا بالطاقة والقوة ويكون مندفعا وعاطفيا كما أنه لا يزال إلى حد كبير معتمدا على الآخرين، وهذه الفترة من العمر هي التي يتعلم فيها الشخص مهنته ويتزوج ويبنى لنفسه مكانته في الحياة، وعندما يصل الفرد إلى أواخر الثلاثينات وأوائل الأربعينات يحدث تغير حاسم عبر قيمه فاهتمامات الشباب وأهدافه تفقد قيمتها لتحل محلها اهتمامات جديدة أكثر ثقافة وأقل بيولوجية ويصبح الشخص في أواسط العمر أكثر انطواء وأقل اندفاعا و يحل التروي محل القوة الفيزيقية

1-Rokeach, M ,The Nature of Human Values, the Free Press, New York, 1973,p213.

والعقلية ، وتتسامى قيمه في شكل رموز اجتماعية ودينية وفلسفية ، فهو يتحول إلى إنسان روحي، وهذا التحول هو أكثر الوقائع حسماً وأهمية في حياة الشخص¹.

➤ **تصور (بياجيه):** يرى بياجيه أن اكتساب القيم يمر بمرحلتين أساسيتين هما:

-مرحلة الأخلاق الواقعية أو التبعية :وتبدأ من 6- 10سنوات وفيها يحكم الأطفال على الأفعال (ما هو صحيح وما هو خطأ، ما هو حسن وما هو سيئ) في ضوء ما يترتب على هذه الأفعال من أضرار مادية وليس على أساس نية الفاعل فالطفل يطيع خوفاً من عقاب الوالدين ويحاول ألا يقوم بالأفعال الممنوعة أو المرفوضة من جانب الآخرين.

- مرحلة الأخلاق الاستقلالية : وتمتد هذه المرحلة الثانية من سن 10 - 11سنة وفيها يحكم الأطفال على السلوك أو الفعل في ضوء نية أو مقصد الفاعل وليس في ضوء الأضرار أو المخاطر المترتبة عليها (فالطفل الذي يتعمد مثلاً إسقاط الحبر على ملابس طفل آخر أكثر خطورة من الطفل الذي يسقط منه الحبر دون قصد) ويشير ذلك إلى أن الأحكام الأخلاقية تتسم في المرحلة الأولى بالجمود و العينية، أما في المرحلة الثانية فيحدث التحول من الاهتمام بالنتائج العينية المباشرة للفعل إلى الاهتمام بنوايا الفاعل والتمييز بين ما هو جسمي وما هو عقلي².

➤ **تصور (كولبرج):** فقد قام بصياغة ثلاثة مستويات أساسية من الارتقاء الأخلاقي وقسم هذه المسعى إلى ست مراحل³:

المستوى الأول : ما قبل الحكم الأخلاقي أو ما قبل الالتزام بالتقاليد والأعراف، ويشتمل على:

أ. مرحلة توجه الطاعة والعقاب: حيث طاعة الآخرين خصوصاً الوالدين تجنباً للعقاب.

ب. مرحلة التوجه الأناني الساذج :وهي مرحلة المتعة أو اللذة والإحساس بأن السعادة هي أهم شيء، فالأفعال هي التي تحقق فائدة أو مكافأة لذاته وللآخرين.

المستوى الثاني: مستوى الانصياع للقواعد والأعراف ويشتمل على:

ت. مرحلة توجه الطفل الخير أو اللطيف :حيث يقوم الطفل بأفعال وسلوكيات مساعدة الآخرين والحصول على الثناء والإعجاب من قبلهم، وكذلك إقامة علاقات اجتماعية وطيدة مثل الصداقة، فهو يحكم على تصرفاته في ضوء مراعاته للقواعد السائدة أو عدم مراعاتها.

1- عبد الحليم محمود السيد، علم النفس الاجتماعي والإعلام، دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة1999، ص 112.

2- ضياء زاهر، القيم في العملية التربوية، مؤسسة الخليج العربي، القاهرة، 1997، ص19.

3- شاكر عبد الحميد سليمان، الطفولة والإبداع، الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية، الكويت، 1979صص125-127.

ث. مرحلة الانصياع تجنباً للسلطة والقانون : حيث يتوجه الطفل في أعماله وواجباته في ضوء احترامه للسلطة وطاعته للقوانين، فالانصياع هنا يخضع للمعايير و النظم والقواعد الاجتماعية.

المستوى الثالث : مستوى المبادئ أو ما بعد الأعراف والتقاليد، ويشتمل على:

ج. مرحلة التوجه الشرعي التعاقدي : حيث تقوم الأخلاق على أساس الاتفاق والتعاقد بين الأفراد بشكل ديمقراطي والانصياع للأحكام والقواعد الأخلاقية الخاصة باحترام القانون والأنظمة والسائدة في المجتمع، وذلك بهدف تحقيق رفاهية المجتمع.

ح. مرحلة توجه المبادئ أو الضمير : وفي هذه المرحلة يكون الانصياع والمجازاة تجنباً لعقاب الضمير، وتتميز عن سابقتها بأن يكون الفرد أكثر توجهها نحو الداخل حيث نمو الضمير ويقظته.

ويرى "كولبرج" أن هذه المستويات والمراحل تتأثر بالعديد من العوامل كالقدرات المعرفية والظروف أو المتغيرات الثقافية وأساليب التنشئة الاجتماعية والتربية الأخلاقية.

➤ **تصور (نيوكمب وأيزنك):** إن عملية ارتقاء القيم من منظور (نيوكمب) تلخص في أن هناك موضوعات أو أنشطة تمثل أهمية بالنسبة للفرد وتستثير بواعثه ودوافعه و بالتالي تكون لديه اتجاهات نفسياً نحوها ثم تنظيم هذه الاتجاهات فيما بينها بحيث تكون قيمة معينة لدى الفرد عن هذه الموضوعات أو الأشياء. أما "أيزنك" فيميز بين الرأي والاتجاه والقيمة على أساس بعد البساطة-التعقيد أو التركيب فهو يرى أن آراء الفرد حول موضوع ما تعد بداية أو جذور تتبلور فيما بعد في شكل اتجاه نحو هذا الموضوع، ثم تلتقي هذه الاتجاهات مكونة ما يسمى "بالأيديولوجية" أو القيمة¹.

➤ **تصور (روكيش):** القيمة من منظور (روكيش) تعني ضرباً من ضروب السلوك أو غاية من غايات الوجود المفضلة، فعندما تقول إن لدى الشخص قيمة معينة تقصد بذلك أن معتقداته تتركز حول أحد أشكال السلوك المرغوب فيه أو حول غاية من غايات الوجود، فالقيم التي يتبناها الفرد تنتظم كما يقول " روكيش " في إطار عام هو نسق المعتقدات الكلي الذي يتصف بالتفاعل والارتباط بين عناصره والمثلة في الاتجاهات والقيم الوسيطة والقيم الغائية، ويتزايد عدد القيم التي يتبناها الفرد مع تزايد عمره وبالتالي تتغير شكل زمالات أو تجمعات نسق القيم لديه

1- وودروف، دور القيم في السلوك الإنساني، ترجمة: عبد اللطيف محمد خليفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001، ص 79.

فبعد أن يتعلم أو يكتسب الفرد قيمة معينة يحدث لها نوعا من التكامل في تنظيم نسق القيم التي تحتل فيه كل قيمة موضعا معيناً بالمقارنة بالقيم الأخرى¹.

فالقيم التي يتعلمها الفرد تنتظم في نسق يقوم على منطق الأولويات، وارتقاء نسق القيم من منظور (روكيش) هو محصلة العديد من التغيرات كالارتقاء الفكري والمستوى الثقافي والإطار الحضاري والدور الجنسي والتمثيل السياسي والتربية الدينية.

3.3 الأبعاد الخفية للثقافة لاكتساب القيم اتصاليا:

قصدا هنا بالأبعاد الخفية، هو أن مكونات الثقافة الرمزية التي تتشكل ضمن العملية الاتصالية في بعدها القيمي التفاعلي فيها جانبان: الجانب الرمزي الظاهر (ما تحمله الثقافة من قيم يمكن رؤيتها بالعين المجردة في سلوكيات فردية أو اجتماعية) والجانب الخفي للثقافة والذي يبرز أكثر في الاتصال خاصة إذا ربطناه بمختلف وسائله الحديثة (وهما البعد الاقتصادي والبعد الايديولوجي)، فعملية الاكتساب القيمي تواصلها، تحمل في طياتها بعدا اقتصاديا يظهر في الرأسمال المادي، وبعدا ايديولوجيا يرتبط بعناصر العملية الاتصالية في الغالب.

➤ البعد الاقتصادي:

لما كانت طبيعة رأس المال هي نفسها، لا تتغير كثيرا بتغير القطاع المستثمر فيه، فإنه يصبو موضوعيا إلى تحقيق عولته، وعولمة المكونات التي تدفع بمجاله على مستوى السعة وعلى مستوى وتيرة الاشتغال. بالتالي، فإن ما يتعلم من الثقافة، إنما تلك الجوانب المرتبطة عضويا برأس المال المادي، وليس الثقافة في شموليتها، أي الثقافة باعتبارها رموزا وهوية وانتماء ولغة وكيونة للأفراد والجماعات².

ومعنى هذا أن الذي يخضع للعولمة في الثقافة هو مكوناتها المادي الجلي، بحكم قابليته لذلك، وليس الثقافة في كل مكوناتها ومشاربها ومصادرها. ومعناه أيضا أنه لو تسنى لفاعلي العولمة الكبار (شركات متعددة الجنسيات وفاعلين عابرين للحدود) أن ينشروا، على نطاق واسع، منتجات الاتصال، أو الاتصال الجماهيري كالسينما ومسلسلات التلفزيون وبرامج التسلية والترفيه وأسطوانات الموسيقى وغيرها، فإنه لن يتسنى لهم عولمة سلم القيم أو منظومات التمثيل التي كانت خلف صياغة ذات المنتجات وإنتاجها³.

1- Rokeach, M, Ibid, p247.

2- يحيى البيحاوي، في الثقافة الافتراضية، مجلة ذوات، مؤسسة مؤمنون بلا حدود، المغرب، ديسمبر 2014، ص 22.

3- المرجع نفسه، ص 23.

وبالقدر نفسه، فإنهم لن يتمكنوا أن يفرضوا ذات المكونات الثقافية على سلم القيم ومنظومات التمثيل المتلقية... إذ لا يخضع لطقوس ومنطق العوامة إلا "السلع الثقافية" الصرفة، وليس بأي حال من الأحوال الرموز والتصورات والتمثيلات . ولهذا السبب ولغيره حتما، فإن البعد الاقتصادي هو الذي يجعل منظمة التجارة العالمية مثلا، تدفع بطرح إخضاع ذات السلع لمنطق السوق، ثم لمعادلة العرض والطلب، تماما كما تخضع باقي السلع ذات الطبيعة التجارية الخالصة¹.

لا يختلف سياق التحليل كثيرا لو اقتضت زاوية الرؤية مرة أخرى على المكونات الثقافية القابلة للعوامة. فما يثار من حديث عن عوامة المعرفة مثلا، لا يحتكم كثيرا إلى الدقة والتمحيص. إذ ما يروج عبر لوسائل الإتصال المقتنية لأدوات البث العابرة للحدود (فضائيات وتلفزيونات بالسواتل)، وما ينشر على مواقع الشبكات الإلكترونية لا يعدو غير كونه معلومات ومعطيات وبيانات، وليست إلا في القليل النادر منها معرفة، باعتبار هذه الأخيرة تنظيرا ونمذجة لما يروج بواقع الحال، أو من شأنه أن يروج...

والقياس، في هذا الباب، ممكن باللجوء إلى أطروحات نقل التكنولوجيا مثلا، إذ ما ينقل من الدول الكبرى إلى الدول الأقل نموا، إنما تقنيات وعتاد وأجهزة، وليست بأي حال من الأحوال طرق التصميم أو الاختبار أو المعرفة... فتبقى التقنيات إياها بالتالي غريبة عن المحيط المنقولة إليه، في انفصام كبير مع منظومة قيمه ونمط عيشه.

وحتى لو استطاع المرء تملك هذه الأجهزة والعتاد والتقنيات، فإنه لا يخضعها لآليات إعادة الإنتاج، بغرض تبيئتها وموطنتها والنسج على منوالها، في أفق الاستقلالية التكنولوجية أو المعرفية. إنها تخضع وبطريقة تلقائية، بمجرد وصولها "لعين المكان"، لمنطق الاستهلاك، الذي يدمر السلعة ويقوض معالمها.

ولذلك، يبدو لنا أن الذي يتعولم من الثقافة إنما المكونات ذات القابلية لذلك... نعني ذات "الطبيعة الاقتصادية الخالصة"، بدليل أن "المجموعات الثقافية" الكبرى (المصممة والمنتجة للمواد الإعلامية السمعية/البصرية، أو للبرامج المعلوماتية أو للموسوعات العلمية المرقمنة) لا تدعي أنها تنتج وتبيع مواد ثقافية، أو ذات طبيعة معرفية، بقدر ما تعتبر أن نشاطها يطال المضامين والمحتويات كسلع للاستهلاك.

1- المرجع نفسه، ص 24.

➤ البعد الأيديولوجي¹:

1. أيديولوجيا الوسيلة: تركز الأيديولوجية التقنية على منح تقنيات الاتصال سلطة معيارية تجعلها العامل الأول في تنظيم المجتمع وإعطائه معناه، والتسليم بخضوع التقدم في التواصل الإنساني والاجتماعي لتقدم التقنيات، ومن ثم الاعتراف لتلك التقنيات بالقدرة على تغيير المجتمع تغييراً بنوياً؛ ذلك أن البعد الأيديولوجي للتقانة قد لا يترأى في جانب الاستعمال، لكن يظهر جلياً في جانب التوظيف؛ أي توظيف المستجد التكنولوجي لأغراض لا يغدو عنصر الاستعمال في خضمها إلا تجلياً من تجليات تلك الأغراض.

2. أيديولوجيا اللغة: تكمن في المعنى الذي يحاول القائم بالاتصال إبلاغه للمستقبل عن طريق الرسالة الإعلامية التي تصل إلى الجمهور عبر اللغة الإعلامية التي تبني بدورها مفاهيم عن الأشخاص والأحداث والوقائع والقضايا التي يعيشونها أو يسمعون عنها، والتي تنقلها وسائل الإعلام. ولا شك أن اللغة الإعلامية التي تحمل هذه الأيديولوجيا إنما هي فعل القائم بالاتصال الذي يحاول إيصال المعنى (الأيديولوجيا) إلى الجمهور.

3. أيديولوجيا النص: قد تكون مباشرة أو غير مباشرة، ولكنها تُمثل على المدى البعيد والتراكمي توجُّهاً أيديولوجياً يعكس القيم والأفكار والمعتقدات للقائم بالاتصال، أو المؤسسة الإعلامية، أو المجتمع الذي تُوجَّه إليه الرسالة الإعلامية. ويمكن الوقوف على أيديولوجيا النص في وسائل الإعلام من خلال الوقوف على طرق المعالجة للقضايا والأحداث السياسية والاجتماعية وغيرها، أو شخصيات الكتاب وضيوف الحوارات ومسارات الطرح التي يقدمها القائم بالاتصال في هذه الحوارات، أو معايير ما يُنشر وما لا يُنشر؛ لذلك "يتم إنتاج القصص الإخبارية، بشكل أساسي، عن طريق تقديم ما قد يكون وقائع مفتتة وغير محددة وكأنها أحداث متميزة ومنفصلة، والاحتفاظ ببعض الوقائع واستبعاد أخرى، وترتيب علاقات معينة بين الأحداث التي تشيِّدها. إن صناعة الأبناء سيرورة تفسيرية تشييدية إلى حدِّ بعيد، وليست مجرد نقل للوقائع.. وفي بعض الحالات يمكن البرهنة على أن المسلّمات، وضروب الخطاب التي ترتبط بها، أيديولوجية، والمعاني المسلّم بها ذات أهمية أيديولوجية كبيرة.

4. أيديولوجيا الصورة: تعتبر الصورة مضموناً تواصلياً فعلاً وعنصراً من عناصر التمثيل الثقافي البصري؛ إذ يمكن بواسطتها الوقوف على أهمية العالم البصري في إنتاج المعاني وتأسيس القيم الجمالية والإبقاء عليها، وكشف الديناميات النفسية الخاصة بعمليات المشاهدة والتلقي. ومن هنا، فإن للصورة قدرة احتلالية عميقة في التحوُّل إلى فكرة (أيديولوجيا)، ومن ثم تحوُّل إلى هدف، والهدف إلى مشروع، والمشروع إلى رأي جماهيري عام، ومن ثم إلى سلوك بشري عن طريق الفضاء وشبكات التواصل الاجتماعي.

1- محمد الزاجي، أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، مركز التنوير العربي، 2014، ص ص 26-32.

5. **أيديولوجيا الإعلان:** كما يؤثر الإعلان في ترويج السلع والخدمات، فإنه يُسهم في نشر القيم والاتجاهات الجديدة، ويدفع المتلقي إلى تقبل أفكار أو أشخاص أو منشآت مُعلن عنها، كما يعمل على تغيير العادات والأذواق وسط مستقبله. وحينما يستقبل مجتمع ما إعلانات تم إنتاجها من قِبَل ثقافة مغايرة لثقافته، فإن الإعلانات تحمل معها قيم ثقافتها، وقد تكون عاملاً من عوامل التغيير الاجتماعي .

III. سؤال القيم الثقافية في الفكر الإعلامي – الاتصالي:

1. القيم والثقافة في وسائل الإعلام:

1.1 رموز القيم الثقافية في وسائل الإعلام:

إن الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الاتصال أحدثت طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام ، أو عالمية الاتصال بحيث أصبح التعرض لوسائل الإعلام جزءا من نسيج الحياة اليومية للمواطن بما يمكن أن يحدثه هذا من آثار تتصل بإدراكه واتجاهاته وقيمه، وقد أدى التطور السريع لوسائل الإعلام إلى اتساع رقعة انتشارها وتزايد تأثيرها في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع، وبرزت خطورة الدور الذي تلعبه في الحياة الاجتماعية حيث لم تعد مجرد أدوات لنقل المعلومات بل أصبحت من العوامل المؤثرة في أفكار وسلوك الجمهور، وتوطيد وترسيخ أشكال جديدة من العلاقات الاجتماعية بين الأفراد بالإضافة إلى إحاطتهم بالأحداث التي تقع في بيئات محلية بعيدة عنهم¹.

ويذهب (كارسون) إلى أن التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام أدت إلى تغيرات قيمية واسعة في شتى مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية، وهذه التغيرات الواسعة النطاق يترتب عليها ما يسميه " صراع القيم " بين مختلف الحضارات والثقافات المختلفة سواء داخل البلد الواحد أو بين مختلف بلدان دول العالم، ومن المسلم به أن ثمة تفاعلا مباشرا بين القيم والتكنولوجيا، بمعنى أن كلا منهما يؤثر في الآخر وآية ذلك أن القيم عامل حاسم في اختيار التكنولوجيا وأن التكنولوجيا عامل مؤثر في تغيير القيم².

كما أن كل خطوة من خطوات التقدم التكنولوجي تؤدي إلى سلسلة من التغيرات تتفاعل مع التغيرات الأخرى، وكلها تنبع من النسق التكنولوجي في المجتمع وأن التغيرات في البناء الاجتماعي تؤدي بدورها إلى تغيرات في القيم الثقافية والمعتقدات والإيديولوجيات كما أن إضافة أنماط ثقافية جديدة يغير من مراكز أعضاء المجتمع وأدوارهم وتستتبع هذه التغيرات البنائية تغيرات في القيم على اختلاف أنواعها³.

وبناء على ما سبق، فإن تأثير وسائل الإعلام أعظم وإمكانات البناء أو الهدم المتاحة لها أكبر وأوسع انتشارا وأعمق تأثيرا، الأمر الذي فرض ضرورة أن يوظف الإعلام من أجل رفع المستوى الثقافي وتغيير العادات الضارة وبلورة نسق إيجابي للقيم الثقافية، وتوجيه الإنسان نحو الإنتاج وإتاحة وسائل النمو الذاتي، وربط الفرد بمشكلات مجتمعه وحماية ثقافته وتوعيته بالمغيرات المعاصرة وتبصيره بالتحديات المحيطة به.

¹ - علي أحمد، تأثير القنوات الفضائية الوافدة على القيم الأسرية، دار الكتاب، القاهرة، 2004، ص 105.

² - المرجع نفسه، ص ص 106 - 107 .

³ - منى كشيح، مرجع سبق ذكره، ص 99.

يتضمن النص الإعلامي حقولا فرعية متداخلة أحيانا، وتحمل بعض الاستقلالية أحيانا أخرى، والحاصل أن لكل فرع خصوصيته ومنهجه رغم أنه يتم عادة اختزال ذلك في تعبير الإعلام، وقد أصبح " النص "، أو النوع أو الحقل* الاعلامي " جزءا من نسيج القيم الثقافية، التي أصبحت تتشكل باستمرار، بعيدا عن المؤثرات الثقافية الأصيلة والمحددات التاريخية الحضارية الأخرى، ولم يتم بعد حسم هذه العلاقة غير المتكافئة و " المشوهة" بين الإعلام كعالم رمزي تتشابك فيه المحلية والعولمية من جهة، والقيم الثقافية كعالم معيش ومصدر هوية وانتماء وصراع من جهة أخرى¹.

والحاصل أن الحاجة ملحة إلى نظرية خاصة في هذا المجال، نظرا للخلط و"التسيب الثقافي" الذي يميز المؤسسة الثقافية الإعلامية في المنطقة العربية عامة، ويعود هذا الضعف النظري جزئيا إلى نزعة تقليص المادة الإعلامية إلى إنتاج يرتبط بالهيئة الرسمية إذا كانت الوسيلة تتبع الدولة، أو آخر يمثل إفراز العملية التجارية إذا كانت الوسيلة خاصة أو شبه مستقلة. والحاصل أن " النص الإعلامي " أوسع من هذا التصنيف، إذ يستمد نفوذه أساسا من رمزيته ونفوذه الاجتماعي الأوسع، إضافة - ونظريا - إلى مدى ارتباطه بالقيمة. فالنص الرمزي أصبح سلطة " حضورية " *تضاهي السلطة السياسية والاقتصادية، وأصحابه يكتسبون " النفوذ" بحكم ظهورهم في هذه الساحة الرمزية بالأساس. إذا، فإن المجال الرمزي يحمل سلطة ومجال استقطاب وتأثير من نوع آخر. فالنص الذي ينتقل إلى الإعلام يكتسب وبحكم الوسيلة سلطة الفضاء العام².

يتضمن " الإنتاج القيمي الثقافي الإعلامي " تلك المادة التي تتمزج فيها الأبعاد الإعلامية، التي هي من صنع الوسيلة، كالتحيز والإعلان والفيلم، والعناصر الثقافية التي مصدرها الاستيراد أو الحراك الاجتماعي والثقافة وبدرجة أقل القيم، غير أن هذه العناصر تتحول بانتقالها إلى الوسيلة إلى مجال رمزي عام، ومن ذلك الآداب والفنون والقيم والمعتقدات وغيرها من المواد التي تحولت في الزمن المعاصر إلى نص رمزي، وقد يكون بعد " التحول " هذا، قد غاب عن العديد من شبه " الدراسات " الإعلامية التي إما تعتبر النص الإعلامي بمثابة أي نص من النصوص وإما تركز على "المحتوى" بغض النظر عن مكانته الرمزية في وسائل تسجل حضوره في الفضاء العام. وتعتبر " هيبية " النص

*- استخدم النص بدل الخطاب، على اعتبار أن النص متنوع بعض الشيء، ويتضمن العديد من النصوص المتباينة في الشكل خاصة.

*- ليس المقصود هنا السلطة الرابعة على النحو المعروف في الأدبيات الليبرالية الكلاسيكية من أن الاعلام يلعب دور "الحارس" على تجاوزات المؤسسة التنفيذية، ولكن المقصود بذلك السلطة المتنامية من جراء التحكم في المجال الرمزي.

¹ - حسن مظفر الرزوق وآخرون، ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، ط01، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2008، ص 110.

*- تعبير (بورديو) الذي يقسم العالم الاجتماعي إلى حقول.

² - المرجع نفسه، ص 110.

الإعلامي تكمن في رمزيته وتكمن نظريا في القيم التي يحملها، ومن إمكانيته في تأسيس حقائق أو أوهام من جهة، وقدرة نفاذه إلى الآخرين بحكم اعتماده على الامتداد والانتشار الذي أوجدته الوسيلة المعاصرة من جهة أخرى.

والحاصل أن الأدبيات الغربية عاجلت ثنائية الإعلام والثقافة على مستويات عدة، وجُلها يصعب توظيفه بطريقة مؤهلة في المنطقة العربية، على اعتبار أن الإعلام لم يكن " دخيلا " في التجربة الغربية وإنما الانشغال لا يزال بالتأثيرات البنيوية وغير الوظيفية على السائد في الثقافة. فالتجربة الغربية قاربت تاريخيا هذه العلاقة من باب جدلية الصراع بين التكنولوجيا " ومنها تكنولوجيا الاتصال " والثقافة، والأدبيات في هذا المجال " ثرية " ومفادها أن الثقافة فقدت السيطرة على هذا المجال التقني، وتحولت إلى أداة أو تقنيات تطوع ما تفرضه هذه التكنولوجيا من متطلبات. ويبرز ذلك في تقليد " الحتمية التقنية" ثم لاحقا في " الحتمية الإعلامية"¹.

وفي المنطقة العربية والإسلامية، فإن الصحافة المكتوبة " الأقدم " والوسائل المسموعة والمرئية اللاحقة ظهرت مع الاستعمار، ويعني ذلك أنها أدوات " دخيلة"، وظل هذا الإرث يواكبها، وهو ما يفسر التحفظ أو حتى الرفض، الذي يبرز في الأدبيات الخاصة أو العامة*.

2.1 أصناف المحتوى القيمي الثقافي لوسائل الإعلام:

وفي هذا سنتناول ثلاثة أنواع من النصوص التي تحتزل أهم النصوص، و التي تشكل بنية الإعلام (الغريزي) و(السياسي)وأخيرا (الديني) بوصفه جزءا من الرأسمال الرمزي القائم، وكل ذلك في العلاقة مع الأنواع الأخرى من الرأسمال المادي والقيمي²:

- **النص الغريزي:** ويشمل عدة نصوص فرعية، كالنص الغنائي و " الفيديو كليب " .. يتميز هذا النص بالاعتماد على إيديولوجية الغريزة ومخاطبة الفئات الشابة بالأساس. ويشكل هذا النص مدخلا إلى " موت المعنى " في الرأسمال الرمزي المعاصر. ويتناغم هذا النص مع نصوص أخرى مشابهة كالنص السينمائي والدرامي التجاري والنص الإعلاني القائم على تسويق الجسد...ويؤشر تعلق المتلقي بهذا النص إلى مدى تفكك البنية الاجتماعية و " الفراغ "

¹ - المرجع نفسه، ص 112.

*- فقد لعبت الصحافة المكتوبة في المنطقة العربية مثلا، دورا في الحركة الإصلاحية التي واكبت المنطقة العربية والإسلامية بدءا بأواخر القرن التاسع عشر (حركة محمد عبده وجمال الدين الأفغاني)، التي ظهرت في بعض الصحف مثل " المنار والعروة الوثقى"، والحركات المماثلة التي أعقبتها في الجزائر مثلا كحركة عبد الحميد بن باديس وجمعية العلماء المسلمين الجزائريين في عشرينيات القرن الماضي، والتي برزت أفكارها الإصلاحية في صحف مثل " الشهاب والبصائر". وتكمن أهمية هذه الحركة في أنها برزت من داخل " المؤسسة الدينية" نفسها، إن صح هذا التعبير، وفي ظروف الاستعمار مما أعاق تحول هذه الظاهرة الحدائية إلى نخضة حقيقية، ثم اضطلعت الصحافة المكتوبة بدور تاريخي أشد قوة وبأسا تمثل في تنمية النزعة الوطنية والتحول إلى واجهة الحركات الوطنية المعادية للاستعمار، أما المهمة الأخرى التي انضمت إليها الوسائل المسموعة المرئية، فتمثلت في التحول إلى أداة الدولة الجديدة الناشئة والقائمة بدور " التحديث" وتقمص تجربة الآخر إلى حد كبير.

² - المرجع نفسه، ص 113.

والاغتراب الذي يولده هذا الواقع. وبنويوا، فإن هذا النص يحمل في الظاهر التنفيس والتعبير عن تحدي المؤسسة الثقافية التي نشأ عليها أصحابه " استعراض الجسد مثلا "، وفي الدلالة الكامنة التدمير الذاتي بتكسير الحواجز الثقافية والقيمية بالجملة والتفصيل، وإزالة الحساسية اتجاه " الممنوعات الثقافية" وليس للحرية، وإن بمفهومها الممتد مجال في هذا النص، على اعتبار أنه يحط من قيمة الفاعل إلى مستوى الجسد، إن بوعي أو أشد بذلك من غير وعي، مما يقرب هذا الأخير من الحالة " البهيمية" التي قننتها وهذبتها حتى تلك المجتمعات المتصفة خطأ " بالبدائية " أو " بالفكر المتوحش " على حد قول (ليفي شتراوس)، ويلعب هذا النص على المستوى الأوسع دور " الالهاء" وتفرغ طاقة الفئات الشابة في هذا الإشباع الرمزي، بعيدا عن الواقع الاجتماعي وقضايا المجتمع، وحينئذ يبدو هذا النص غير اعتباطي، وإنه يؤدي وظائف اجتماعية محسوبة.

- النص السياسي: يتضمن الإعلام أكثر من نص سياسيين محايد نسبيا في المحتويات الإعلامية شبه المستقلة، ورسمي في القنوات الحكومية، ومتنوع نسبيا في بعض المجالات المحدودة*. يعتبر النص الرسمي " متشابها نسبيا" في ارتباطه بالخطاب السياسي السائد، الذي يغيب فيه الكثير من التفاعل الاجتماعي وتناقضاته. ويبرز ذلك أكثر في المجال السياسي " البحث " ويمتد بصفة ارتدادية إلى الحقول الأخرى الاجتماعية والثقافية والفنية. وتقوم هذه الرؤية على بنية فلسفية ونفسية قديمة، مفادها أن " المجال السياسي ليس في متناول العامة " وتترتب عن ذلك أن تكون النظرة إلى الفرد أو الجمهور " نظرة فوقية ". ويتبين أن هذا النص لا يتحرك " في " ولكن " على " المجال الاجتماعي، أي أنه يبحث باستمرار عن التمجيد وإضفاء " الشرعية الرمزية" بعدما تراجعت مع الزمن معظم الشرعيات الأخرى، كالشرعية التاريخية والثورية والقبلية والعائلية¹. والحاصل أن النص الرسمي يحمل وظيفة اجتماعية حاسمة، تتمثل في التنشئة السياسية و " الضبط الاجتماعي "، إلا أن هذه المهمة تبقى معلقة على النحو الذي دلت عليه التجربة الغربية مثلا مادامت لم تقم على نوع من العقد الاجتماعي أو روح القانون أو اعتبارات ما يسمى الرأي العام، أما النص المحايد نسبيا ، فقد برز مع نشأة الاعلام الخاص الاخبارية شبه المستقلة، ورغم أن النص المحايد نسبيا يمثل " موقفا متطورا " بالمقارنة فإنه من جهة لا يخص الواقع المحلي الذي ينتمي إليه النص الاعلامي، ومن جهة أخرى يفقده صفة الحيادية النسبية الأثر الايديولوجي الذي عادة ما يؤطر العملية الاعلامية في منظورها الواسع.

وكان لهذا النص المحايد نسبيا تأثيرات بنيوية على الخطاب الإعلامي السياسي ، وجعل النص الرسمي في موقع دفاعي يسعى إلى البحث عن لباس "جديد " يتكيف من خلاله مع هذا الوضع " المفروض " . ورغم أن ظهور هذا

*- أما التنوع الحاصل في هذا المجال فمرده، من جهة، إلى " الصحافة الحزبية" التي تعكس بعض التيارات السياسية المختارة، رغم أن فضاء هذه الأخيرة محدود ومتقطع باستمرار.

¹ - المرجع نفسه، ص 114.

الأسلوب الحرفي شبه المستقل لم يكن بعيدا عن المؤثرات السياسية و الصراعات الإقليمية والدولية ، فإن الوقع على الجمهور كان أكبر من تلك المؤثرات ، مما جعل هذه الفضائيات تتحول إلى مجال استقطاب واسع. إن هذا " النجاح " في كسر أديولوجية النص الرسمي في الإعلام بالمنطقة العربية عززه تعطش الجمهور المحافظ إلى التعرض إلى الرأي الآخر الذي لم يكن واردا في قاموس وأدوات تنشئته الاجتماعية. إن ظهور متغير الفضائيات في منطقة الخليج بدل الدول ذات الحراك السياسي الواسع ، كمصر ولبنان والجزائر والمغرب مثلا ، يحمل أكثر من دلالة ، وأهمها دخول الرأسمال المادي في هذه المعادلة. وهذا العامل ينسجم مع رؤيتنا السابقة على قدرة الرأسمال الاقتصادي على الاستحواذ على الرأسمال الرمزي حتى وإن كان هذا الأخير يبدو مستقلا بعض الشيء عن الأول.

النص الديني : يعتبر ظهور النص الديني على الفضائيات بهذا الشكل الواسع ظاهرة حديثة نسبيا ، رغم أنها تمثل بعض الامتداد الذي كان حاضرا قبل ذلك في وسائل الإعلام المحلية الأخرى كالصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون. ولعبت الأحداث الدولية والمحلية دورا في بروز هذا النص الذي يبحث في منظوره الواسع عن الاعتدال و " تهدئة " أو " ترويض " تلك الفئات الاجتماعية الجديدة ، التي تكاد تفلت من قبضة المؤسسات التقليدية والرسمية القائمة ، أملا في تقييد توجه هذه الأخيرة نحو " الغلو " أو " التطرف " . وما يميز هذا النص نصيته ، أي أنه نص عن نص وليس فيه الكثير من الحراك الاجتماعي السياسي ، ويتحول أحيانا إلى نص ذي طبيعة فقهية بحتة في ما يخص برامج الفتاوى مثلا. إن قراءة أولية في النص الديني تشير إلى أن هذا الأخير يكرر مكوناته إن في الشكل أو المضمون ، مما يضفي سمة التشابه على هذا الأخير وإن كان الفاعلون متعددين¹.

وأدى انشغال المؤسسات الرسمية بالنص الديني هذا إلى بروز شخصيات دينية إعلامية سجلت حضورها، ليس بمحكم موقعها الاجتماعي وتفاعلها مع الفعل الاجتماعي السياسي، ولكن بفعل إلمامها بالنص الديني على ظاهره من دون رؤية ذاتية تحليلية أو نقدية. وأحيانا يأتي الخروج على الفهم السائد نوعا من " البدعة" التي تحدث التشويش على النص فتأتي الفتوى قطعية بحجة سد الذرائع مثلا، وقد أضحى هذا النص " مغلقا" بعض الشيء، إذ يكون الاستدلال على النص بنص آخر من المرجعية النصية نفسها، وإن خرج عن هذه الدائرة، فيتوقف عند مرحلة تاريخية محددة، وعلى هذا الأساس يكاد ينعدم الزمن في النص إلا عندما يتعلق الأمر بالمسائل الشخصية الفقهية والتي بدورها غير مقيدة بزمن معين، إن اللاتزامنية في النص الديني الإعلامي تجعل هذا الأخير نصا محايدا نسبيا، أو يتخذ الأسلوب العاطفي فحسب تجاه قضايا المجتمع والأمة إلا ما ندر، إن هذا الطرح بدوره لا يكون كافيا من دون العودة إلى المخيال الاجتماعي الإعلامي، فقد لا يكون مرد انجذاب شرائح اجتماعية واسعة إلى هذا النص لذاته فحسب

¹ - المرجع نفسه، ص 115.

وإنما قد يكون مرده أيضا إلى حالة التفكك الاجتماعي والبيئة الطاردة التي تدفع الفرد والجماعات إلى إيجاد ملجأ الاطمئنان والارتياح النفسي بعيدا عن المؤثرات الاجتماعية السياسية، التي تتسم بالضيق والمحصرة فيكون هذا النص أحد المخارج النفسية الاجتماعية في هذه المرحلة التاريخية بالذات، وما قد يدل على ذلك ضعف الارتباط بين ما يتأثر به الفرد آتيا في العلاقة مع هذا النص وسلوكه الاجتماعي لاحقا. وفي الجانب الآخر من هذه المعادلة، يلعب هذا النص اللاماني وظيفة اجتماعية على غاية من الأهمية وتكمن في إحداث الوعي القيمي، إن صح هذا التعبير، أي الوعي بأهمية القيمة حتى وإن كان ذلك نظريا ولا يشير بالشكل المباشر إلى الواقع، خاصة مع تنامي الثقافة المادية وبرز عادات الصراع والإفساد اللغوي والتنافر الاجتماعي بشكل غير مألوف في تاريخ المنطقة المعاصر¹.

3.1 جوانب التأثير الإعلامي (الإيجابية والسلبية) على القيم الثقافية:

1.3.1 جوانب التأثير الإيجابية: هناك العديد من جوانب التأثير وسنكتفي ببعض منها على سبيل التمثيل لا الحصر:

- **تعزيز القيم:** يرتبط التعزيز بتثبيت مواقف الفرد السابقة وإعطائها ألفة إضافية، ولعب تعبير التعزيز دورا أساسيا في فهم تأثيرات وسائل الاتصال في المجتمع، وقد عالج (لازارسفيلد) هذا الموضوع في دراساته الميدانية وأشار في مقولته المعروفة إلى أن " وسائل الاتصال لا تغير آراء الناس ومواقفهم بقدر ما تعمل على تدعيم هذه الأخيرة"، ويرتبط هذا الطرح بافتراض أن العامل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية أساس تكوين الآراء والمواقف، وأن الإعلام يبيّن على ذلك ويعزز ما أنتجته العلاقات الاجتماعية، وفي منظور (عزي عبد الرحمان)، فإن التعزيز يكون مشروطا بتوافق العاملين الاجتماعي والإعلامي².

- **تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي:** تحدث وسائل الاتصال الإحساس بالانتماء إلى المجتمع الذي تربطه صفات مشتركة كالقيم والثقافة واللغة والتاريخ والتجربة والحيز الجغرافي ويزداد هذا الدور في المجتمعات المتعددة الأجناس واللغات والمعتقدات، فيكون دور وسائل الاتصال لم الشمل³.

- **توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة:** ساهمت وسائل الاتصال في نشر المعرفة والثقافة في أوساط واسعة من المجتمع، فقد لعبت الصحافة المكتوبة العربية دورا رائدا في نشر الأدب والمعرفة بصفة عامة، وبرز هذا الدور المعرفي أيضا في

¹ - نصير بوعلي، الإعلام والقيم قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي، ط01، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، 2005، ص 66.

² - عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سبق ذكره، ص 112.

³ - المرجع نفسه، ص 113.

وسائل الاعلام الأخرى، إذ لا تتأثر هذه الأخيرة بعائق أمية المتلقي وفي تاريخ الصحافة العربية فقد لعبت هذه الأخيرة دورا في نشر الوعي الوطني الذي أدى الى الاستقلال، كما أن هذه الوسائل أوجدت نوعا من الثقافة أو اللغة المشتركة التي تتوجه إلى القاسم المشترك بين افراد الجمهور إضافة إلى ذلك فإن الثقافة المعاشة في الواقع تتسع عندما تنتقل إلى وسائل الاتصال¹.

- **معايشة عوالم متعددة تحمل الإنسان عبر الزمان والمكان:** تقدم وسائل الاتصال إمكانية تجربة عوالم قد لا تكون حاضرة في واقع الفرد المتعامل مع الوسيلة الإعلامية فوسائل الاتصال تنقل الفرد على عدة عوامل رمزية وخيالية تجعل هذا الأخير يتعد ولو إلى حين عن هموم الواقع ويجد التعويض في هذه المنظومة الرمزية الخيالية².

2.3.1 جوانب التأثير السلبية: هناك العديد من جوانب التأثير وسنكتفي ببعض منها على سبيل التمثيل لا الحصر:

- **تحييد القيم:** يقصد بتحييد القيم إبعادها كعوامل مؤثرة وتمثل ذلك في تغييب القيم في المحتويات وخاصة الترفيهية إذ لا تتقيد هذه الأخيرة بنظام مع القيم إنما تتبنى على مبدأ ما يمكن أن يسوق إلى الجمهور الواسع، وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن رغبات الجمهور وأذواقه عادة ما تكون نتاج ما تعرضه وسائل الاتصال، فإن عملية استثناء القيم في المحتويات تكون دائرية فوسائل الاتصال تعرض ما يرغب فيه الجمهور يرتبط بوسائل الاتصال التي تحقق له رغباته وقد أدى ذلك إلى انتشار محتويات العنف والجنس وغيرها في المحتويات ذات الطبيعة التجارية³.

- **جمهرة الثقافة (التيسيط والتشويه):** يقصد بالجمهرة في هذا السياق محاولة كسب الجمهور الواسع على حساب النوعية فالثقافة ارتقاء، أما ما تبثه وسائل الاتصال على وجه الخصوص المسموعة والمرئية فإنها ثقافة سميت بالجماهيرية، وتعني الثقافة الجماهيرية تلك الثقافة التي تنتجها وسائل الاتصال الساعية إلى التأثير الدعائي وإحداث احتياجات وهمية أو حقيقية لدى الجمهور الواسع، وتتأثر هذه الثقافة في دلالتها كلما كان الهدف الوصول إلى الجماهير الواسعة وقد اعتبر منظور الثقافة الجماهيرية أن هذه الأخيرة متأثرة بالعامل التجاري الهادف إلى استمالة الجمهور وارضائه بغض النظر عن طبيعة المحتوى الذي عادة ما يتوجه إلى الرغبات الآنية والغرائز فيكون الجمهور وسعته أساس نجاح البرامج لا المحتوى في حد ذاته⁴.

¹- المرجع نفسه، ص 113.

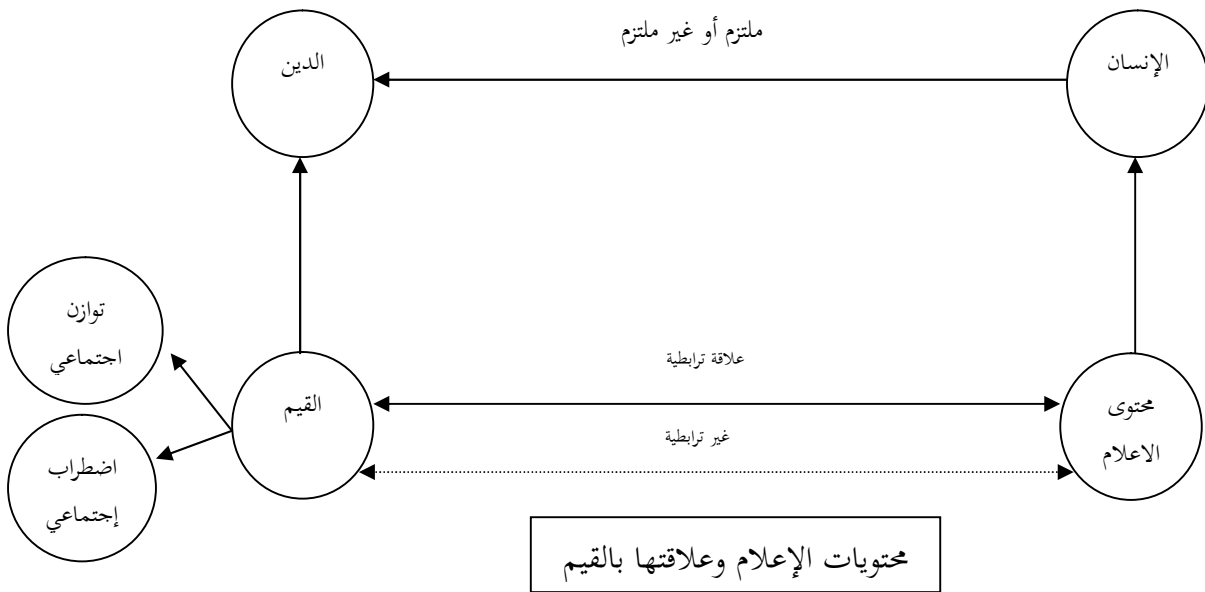
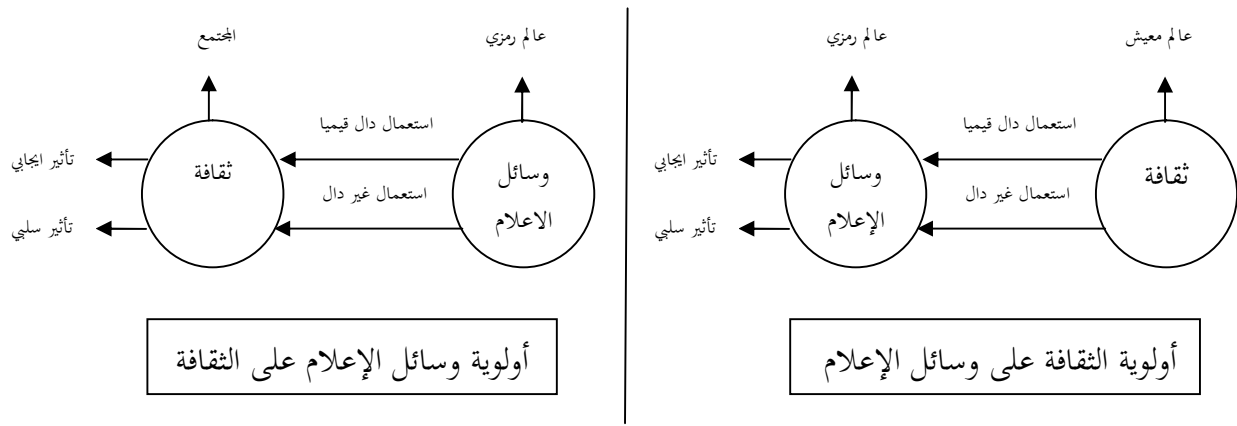
²- المرجع نفسه، ص 114.

³- المرجع نفسه، ص 114.

⁴- المرجع نفسه، ص 115.

- **تقليص المحلي وتوسع العالمي:** يعني ذلك أن الاهتمام بالأحداث الخارجية في الثقافة الواحدة قد يكون على حساب الواقع المحلي، وعملت تكنولوجيا الاتصال " الواقع الخائلي " أن تسقط الحاضر بين الواقعي والوهمي، وبين الحاضر والغائب دون ارتباط بثقافة أو مجتمع أو مكان محدد¹.

- **إضعاف الحساسية اتجاه الممنوعات الثقافية:** بعض محتويات وسائل الاتصال التي تحل بالقيم الثقافية تعمل مع الزمن على إضعاف درجة الانفعال أو المقاومة التي تصاحب هذه المحتويات في بداية أمرها، وبين العديد من الباحثين أن تكرار الرسالة التي تخرج عن سياق الثقافة قد يؤدي إلى إضعاف الحساسية ومن ثم لا يقدر المتلقي على فقد الرسالة أو الشك فيها².



¹ - المرجع نفسه، ص 116.

² - المرجع نفسه، ص 119.

2. القيم الثقافية في الفكر الإعلامي - الاتصالي الغربي:

1.2 التواصل في المشروع القيمي لـ (هانز جوناكس) و (كارل أوتو آبل):

من العسير تحديد موقع مشروع القيم الذي جاء به (جوناكس) في كتابه المترجم باللغة الفرنسية بعنوان " مبدأ المسؤولية"تحديداً دقيقاً، فالمؤلف يقيم صرح برهانه على مفترضات مسبقة تتقاطع مع الأنطولوجيا المدرسية ومع فينومينولوجيا (هيدغر)، ولكنها تقام كذلك على تحليل جلي ومعتدل للحدثة التقنية¹.

وينتقد (جوناكس) الأخلاق المدرسية التي تعجز أفكارها الرئيسية - وهي شرط الوجود البشري والخير والمسؤولية - من جراء تجردها وقصورها عن الإيحاء بموقف دائم وعن تدارك قوة الإنسان المعاصر التكنولوجية مع الطوباوية التي تنشئها، فعلى قيم الغد أن تعلن انتماءها إلى مبدأي القدرة على التنبؤ والمسؤولية².

إننا نجد في أساس قيم (جوناكس) فلسفة قيم نستطيع ان نبرز فيها ثلاثة أوجه رئيسية: فعلى مستوى التطلع أولاً، القيمة تغطي الوجود حين نتصوره بالمعنى الليبزي الدال على الأفضل، وعلى المستوى الأقصى، تخطئ القيمة بانجازها في مفهوم التقدم النيتشوي بأكثر من مفهوم الطوباوية الماركسي. ذلك أن الطوباوية أسطورة بتحويل الثقافة الطبيعية تحويلاً سلمياً مؤدياً إلى مجتمع لا طبقي، ولكن التقدم يعرب عن وثوب أخلاقي للإنسان فوق أرض المعرفة وقدرة الوجود، وأخيراً على مستوى التحقيق الشخصي، تظهر القيمة على أنها جملة غايات ووسائل مجموعة في أداة " أورغانون" بالمعنى الأرسطي. زد على ذلك أن الغاية المعنية ليست الغاية الخارجية المتخذة هدفاً يكون الفاعل بعيداً عنه: إنها الغاية الداخلية والمحايثة لكائن في سبيل تحقيق ذاته، إنها شكل نظام ممكن ومستهدف يلتقي بمفهوم اللعب (الكانتي). ونحن نتصوره، لون أن للقيم أساساً أنطولوجياً، وعلى خلاف نشئه هذه المرة، إذ من المناسب اعتناق النسبية، فالفاعل هو محل تناغم غايات، وإليه ترجع القدرة على تجميع مختلف مكونات الغائية، وعليه فإن قيم (جوناكس) تستند إلى نظرية عمل هادف³.

ويمكن تعريف المسؤولية عند (جوناكس) بواسطة الثلاثية التي ابتكرها (ريكور) وهي القدرات والأضرار والمسؤولية: عندما تسيطر القدرات التقنية في غياب السلطة والقوانين فإن ما ينتج عن ذلك جملة من التصرفات اللامسؤولة التي ينجر عنها بالضرورة إلحاق الأضرار بالبيئة بأكملها، ويمكن للإنسان تفادي ذلك إذا ما استرشد بمبدأ المسؤولية، أما إذا حاول الاعتماد على مبدأ التعويض متصوراً أنه قادر على تحقيق العدل والإنصاف فإن هذا الأمر في

1- جالكين روس، الفكر الاخلاقي المعاصر، تر: عادل العوا، عويدات للنشر والطباعة، ط1، لبنان، 2001، ص11.

2- المرجع نفسه، ص 90.

3- المرجع نفسه، ص ص 91-92.

نظر (جوناس) ما هو إلا ضرب من المستحيل، لأن هذا الفيلسوف ينطلق من ضرورة الشعور بالمسؤولية لبناء القيم كما أن موضوع المسؤولية عنده يختص بكل ما هو ضعيف وسريع التأثر في الوجود " نحن مسؤولون عن كل ما هو قابل للتغيير والتحول وكل ما هو مهدد بالتلف والزوال"، ومن ثمة فالقيم التي نص عليها (جوناس) هي قيم الحماية والوقاية ما دامت تهتم بمصير الإنسان ووقاية الوجود في تمامه والجدّة فيها لا تقتصر على مجرد الاهتمام بمسؤولية ارتجاعية أي ليست ذات مفعول رجعي بقدر ما تهتم بالبعد المستقبلي أي أنها ذات طبيعة مستقبلية¹.

وهنا تظهر أهمية المسؤولية في التعامل مع التقنية، والتي تعتبر المحتويات الإعلامية احد إفرازاتها، فعلى الفاعلين الاجتماعيين حسب (جوناس) أن يتعاملوا مع المضامين التقنية بمبدأ المسؤولية للحماية والوقاية اتجاه المجتمع.

إننا لنشعر سلفا بأن القيم الناجمة عن اتفاق، وإن لم تكن البتة ذات وضع متعال، فإنها تضل خاضعة لتأويل يجاith النشاط التواصلي، وينطلق (آبل) في كتابه " الأخلاق في عصر العلم " من الإشكالية ذاتها، إنه يتبنى نموذج الفاعل (الكانتي) ولكنه، على الرغم من ذلك، يفصله عن وضعه المتعالي ليرسخ أقدامه في نشاط اللغات التواصلية، ذلك أنه يضل وفيما لنظرية (فينجنشتاين) القائلة إن الكلام هو المقياس المتعال لصحة كل معرفة، وهذه النظرية هي التي بوسعها محاولة إجراء تقارب بين الخيارات الفينومينولوجية والتأويلية للفلسفة الأنجلوساكسونية².

إن محاولة (آبل) في " قبلية الجماعة التواصلية وأسس الأخلاق" تسعى لتجاوز تعارض المفهوم العلمي للأساس بين الأشخاص مع الفهم الاعتباطي المتمركز في ذاتية الفرد المنعزل، وإن تحليله المفترض المسبق للتواصل هو الذي يتيح إتمام هذا المسعى، ولكنه يتيح كذلك رجوعه إلى الفاعل الكانتي الذي يرقى به إلى منزل التفكير الذاتي المتعالي: "لنكتف، في هذا السياق، بالتفكير في المباحث التأويلية الجديدة في تاريخ العلوم والتكنولوجيات، وعلم ما بين الفروع العلمية، فهذه المباحث، وهي اليوم موضع خلاف شديد، تكتسب بفضل مسلمة تحقق الجماعة المثالية للتواصل، تكتسب مبدأها الناظم بالمعنى المنهجي والأخلاقي المعياري لتأسيس أحكام قيم على نحو لا يتبع هوى الذاتية". وهكذا تبدو القيم بمثابة قرارات مسبقة ضمنية يتخذها حتما كل مشارك في جماعة تواصلية معطاة، وهي التي يتوخى أن يفسرها أي مشروع قيمي³. وهنا يولي (آبل) أهمية معتبرة للقيم في الجانب التواصلي سواء الشخصي منها أو الجماهيري ويمكن لنا إسقاط أفكاره فيما يخص الإعلام الإلكتروني، فهو يعطي أهمية كبرى للفاعل وعلى إيجابيته

1- سمير بلكفيف وآخرون، الفلسفة الأخلاقية من سؤال المعنى إلى مأزق الإجراء، ط01، منشورات دار الأمان، المغرب، 2013، ص ص 456-457.

2- جالكين روس، مرجع سبق ذكره، ص 98.

3- المرجع نفسه، ص 101.

ضمن حلقة التواصل على أساس أن له مخزون قيمي ثقافي ينبغي أن يُفعل ضمن النشاط التواصلي والعملية الاتصالية حسب هذا الاتجاه ما هي إلا عملية تبادلية للقيمة.

2.2 القيم في " الفعل التواصلي " عند (يورغان هابر ماس):

تشير " الأتيقيا"^{*} إلى " الجهد النظري المبذول لبلورة المبادئ التي تنظم علاقاتنا مع الآخرين، في الوقت الذي تحتفظ به القيم بمهمتها التاريخية البدئية وهي وضع المبادئ موضوع التطبيق والممارسة"¹، من ذلك تبين مهمة (هابرماس) في تأسيس أطر قيمية، لتواصل سليم، فيجمع (هابرماس) بين القيم النظرية ومبدأ التواصل الشفاف، فالعقل التواصلي بوصفه قدرة بين الأشخاص عامة بحسب قواعد شافة وحيادية، هو الذي يسود مقارنة (هابرماس) وهي ترجع إلى معايير الكلي للخطاب، والذي يتيح بلوغ حقل القيم النظرية².

فبما أن التواصل يمثل نشاط تبادلي وعلائقي، فإنه يتم بصور شتى كالأصوات والاشارات والصور، لكن يبقى الاتصال اللغوي أرقى أنواع التواصل، ومن هنا يطرح (هابرماس) الطبيعة الاتيقية للتواصل، أو لنقل، من هنا نصل إلى بعث أتيقيا معينة للتواصل ما دامت رسائل التواصل المتبادلة بين المرسل والمتلقي، رسائل غير بريئة...وبالمقدار نفسه أداة للصراع والخصام، ولذلك تمثل أتيقيا المناقشة حسب (هابرماس) شكلا من أشكال التحرر من التشويه والوقاية منه، وهي تهدف إلى تحديد الافتراضات التداولية للغة، وإلى إبانة شكل التأسيس البين ذاتي، أو العقلي للمعايير القيمية المختلفة، فهي تشكل إطارا قبليا للممارسة الاتصالية بافتراضات القدرة اللغوية التي يمتلكها كل إنسان، وبأخلاقيات الحوار الذي يتضمن هدفية الوصول إلى فهم مشترك، اعتمادا عليها، وبقدر ما تمثل أتيقيا النقاش ذلك البعد القبلي فهي تقوم بشرح المضمون المعرفي - الإدراكي لمنطوقاتنا الأخلاقية، دون الرجوع الى انتظام قيمي بديهي، ومعروف، مشكل من وقائع قيمية يمكنها أن تكون في متناول الوصف، لذا فإنه لا ينبغي الخلط بين المنطوقات القيمية التي تبين ما ينبغي علينا فعله، وبين المنطوقات الوصفية التي تحصر مهمتها بتبيان الطريقة التي نرى بموجبها الأشياء كما تبدو في علاقاتها المتشابكة، لذلك يتم التمييز في هذا الاطار بين قيم نظرية وقيم عملية والتي تعتمد على قواعد منطلقة من الواقع³.

*- أو القيم النظرية هي الأطر التي تشكل المعيار القيمي، وفرقتها عن القيم العملية التي تُعنى بما هو واقعي وملمس من الممارسات أو النماذج القيمية.

1- كارل أوتو آبل، التفكير مع هابرماس ضد هابرماس، تر: عمر مهيل، ط01، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2005، ص26.

2- سمير بلكفيف وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 492.

3- آدموند إيسالون، الموجز في راهن الإشكاليات الفلسفية، تر: أبو يعرب المرزوقي، الدار المتوسطية، تونس، 2009، ص 128.

وبذلك تعد معايير الأتيقيا النقاشية منفصلة عن الجانب المادي وتشكل شرعية إلزامية فلا يؤثر المجال الواسع للتنوع الثقافي والتاريخي للسلطات الخطائية، المتوفرة في لغات فردية، على حقيقة حصول المشاركين في نشاط، ذي مستوى متميز من التواصل اللغوي، على حرية الاجابة بـ "نعم" أو "لا" على مطالب مشروعة، يتميز موضوع الحرية بحقيقة أن السامع يستطيع تحت إفتراضات مسبقة للفعل التواصلية أن يرفض كلام المتكلم عن طريق إنكار شرعيته فقط، المصادقة تعني إذن سلب لا شرعية الكلام، فكلما يسعى المشاركون في تفاعلات إلى تحقيق فهم متبادل عن طريق رموز أيا كانت، توجد هناك إمكانيات بديلة للفهم، وليس فهما، أو فهما سيئا، وعلى هذا الأساس يفترض التعاون والصراع مسبقا خاصية مختلفة، لكن على مستوى الكلام النحوي فقط يمكن ان يتخذ التوافق شكل اجماع منجز تواصليا، ويفترض التواصل اللغوي فهما ويتبنى مواقف اتجاه مطالب شرعية قابلة للنقد¹.

يقول (هابرماس): " إن عملية الوصول إلى الفهم هي عملية تحصيل الاتفاق على أساس قبلي يتمثل بادعاءات الصلاحية والتي تعترف بها الأطراف المشاركة وذلك بدءا من أرضيات مشتركة لتفسيرات مسلم بها من المشاركين في الحوار، وبمجرد إثارة الشك بخصوص هذه المشتركات أو ادعاءات الصلاحية الأربعة " الحقيقة والصحة والصدق والمصادقية – اللغوية " فإن الفعل التواصلية لا يمكن له أن يستمر"²، على ذلك تمثل ادعاءات الصلاحية لأتيقيا النقاش ضرورة قبلية وقسرية لبدأ عملية التواصل الهادف إلى الفهم، ولا يمكن التشكيك بها أو التملص منها.

ويضيف (هابرماس): " إن المشاركة الفعلية لكل فرد معني هي وحدها الكفيلة باستشراف التشوهات الناتجة عن التأويل الناطق باسم المصالح الشخصية، وعليه وانطلاقا من المقاربة التداولية، فإن كل واحد منا يصير هو ذاته المرجعية الأخيرة التي يمكن استحضارها لتحديد ما ينضوي تحت لواء المصلحة الشخصية من غيره، من جهة أخرى ينبغي على الوصف الذي يشكل قاعدة انطلاق كل منا لتصور مصالحه أن يظل في متناول الذي قد يمارسه عليه الآخرون، وعلى أية حال وفي ضوء القيم الثقافية التي تم تأويل الحاجيات في إطارها، شريطة أن تكون هذه الأخيرة، جزءا لا يتجزأ من ذلك التقليد الذي نشارك فيه بين ذاتيا، ذلك أن مراجعة القيم المنظمة لعملية تحديد الحاجيات ليست مسألة يمكن للأفراد أن يحصلوا عليها منفردين"³.

بذلك فإن المشاركة الفعلية للتواصل الهادفة إلى الفهم والنقاش حول المتطلبات الاجتماعية، لا بد وأن تحضر كتشكل بين ذاتي لا ينحصر بالممارسة الفردانية لتحصيل الحقائق اتجاهها، وذلك يشترط لانجاز هذه الوجهة التداولية

1 - J.Habermas, On the Pragmatics of Communication, Edited by Maeve, Cooke, the MIT press, Cambridge, 1998, p23.

2- Ibid, p24.

3- Ibid, p25.

إفترض المقدمات الأتيقية لهذه النقاشات، وهي بدورها تحضر كمستويين محددين لتلك العملية " المستوى الأنطولوجي والمستوى الأكسيولوجي".

3.2 نظرية " أخلاق الكائن الإنساني " لـ (كليفورد كريستنز) :

يعد (كليفورد كريستنز) أكثر العلماء المنشغلين بأخلاقيات الإعلام والداعين إلى توظيف القيم في المحتوى الإعلامي، على المستوى العالمي وذلك لأكثر من أربعة عقود، ولا يخلو تقريبا كتاب أكاديمي معرفي عن أخلاقيات الإعلام بالإنجليزية دون التعامل مع اسهاماته في المجال، ويصفه بذلك (روبرت فورتير) أنه أب أخلاقيات الإعلام بأمريكا وإن اسهاماته في مجالين: أخلاقيات الإعلام، ونقد التكنولوجيا¹.

ويذكر (كليفورد كريستنز) أن النظريات القيمية الأخلاقية " الكلاسيكية" الغربية ابتداء من (أرسطو) إلى (جون ستيوارت مل) قد فقدت مصداقيتها في عصر " العقل العالمي" ويربط ذلك باعتماد تلك النظريات على العقلانية البحتة القائمة على الاستقلالية و " حريتي" وكونها " محكومة" بالاعتبارات التاريخية التي ولدتها، ثم يتحدث عن نظريته المسماة " أخلاق الكائن الإنساني" بوصفها أحد النظريات الحديثة المهمة بالشأن القيمي في الإعلام، وتقدر الإشارة إلى أن نظريته تحمل بعدا " روحيا" تكامليا غير قائم في النظريات الغربية على وجه العموم. فهو يرى أنه رغم تكوينه بالأساس في الفلسفات الأخلاقية الغربية إلا أن تلك الفلسفات في نظره فقدت مصداقية لاعتبارات داخلية وأخرى خارجية. أما الداخلية، فتمكن نقدها من الداخل، أما خارجيا فإن ظروف العولمة وما يتطلبه التعامل مع الآخر " المختلف " يتطلب تنظير آخر يخرج عن النزعة المركزية الغربية " الامبريالية" المحكومة باعتبارات التاريخية المحلية². ويؤكد على أن الفلسفات الأخلاقية الغربية حبيسة النظرة الضيقة للإنسان أي أنه كائن عقلائي فقط، بالتركيز على الفردانية والاستقلالية بعيدا عن الاعتبارات الأخرى، فإذا نظرنا إلى عقلانية (كانط) الأكثر تطورا بالمقارنة مثلا نجدها متأثرة بجو مرحلتها حيث سادت نظرية (نيوتن) الفيزيائية من ان العالم " مستقر " فجعل (كانط) قواعد نظريته للواجبات الضرورية مطلقة في المكان والزمان، وذلك أمر فندته نظرية (أنشتاين) النسبية في قياس علاقة شيء ثابت بآخر متحرك ونظرية " عدم اليقين " لـ (هيزنبرغ) من أنك تستطيع أن تعرف موقع الشيء أو مساره ولكن ليس الاثنين معا. وطالما كانت المرجعية عقلانية فقط، يصبح الإطلاق - من المطلق - أمرا مستبعدا للاعتبارات

1- عبد الرحمان عزي، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، ط01، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2016، ص27.

2- المرجع نفسه، ص27.

الظرفية التي تحكمه. إضافة إلى ذلك أن النظريات القيمية الغربية تربط القيم ومنها مسائل " تحمل الفرد مسؤولية ما يقوم به " و" اتخاذ القرار " بمركزية المرجعية العقلانية بينما تربط نظريته بمركزية المرجعية الروحية التي تمثل جوهر الإنسان¹.

وقد أدت هذه النزعة الفردانية بمعناها المنتسبة إلى عصر التنوير إلى تحولها إلى المصلحة الشخصية والأنانية ونوع من الحفاظ على الذات، فيرى (كليفورد كريستنز) نقلا عن الفيلسوف (إرنست كاسيرر) صاحب مجلدات بعنوان "الفلسفة بوصفها شكل رمزي" والمخصصة في كتابه " مقال عن الإنسان " من أن الخيارات التي أعطيت لنا عن الإنسان ككائن عقلائي، الإنسان ككائن بيولوجي والإنسان ككائن رمزي، هذا الأخير " الرمزي " الذي يؤسس العالم ويدخل في ضربات الخيال، وكلها تعبر عن نظرة قاصرة للإنسان. فهو يعتبر ان نظريته " الأخلاق في الإنسان " تنظر للإنسان أنه متكامل تتفاعل فيه أبعاد متعددة، ويتربط عن ذلك أن ترتبط أخلاقيات الإعلام بالجانب الروحي بأساس، ويضيف في ذلك أن المنظرين الذين انطلقوا من المرجعيات الدينية قضاوا قرونا من الزمن في تعريف الإنسان بهذه الكيفية " الكلية"².

أما بالنسبة للنظرية " الواقعية " أو الطبيعية التي ترتبط فقط بالواقع المحسوس دون غيره والتي تشكك في " الميتافيزيقا " الفلسفة " أو الخالق " الدين " ، فإن النقاش ينبغي أن يتحول من الجدل حول الواقعية أو ضد الواقعية ومن مجال الاستيمولوجيا " طبيعة الأخلاق في الفلسفة والدين " إلى مجال الواقعية الأنثروبولوجيا " ليس من زاوية الأنثروبولوجيا التقليدية وليس من زاوية إنسانية الإنسان، أي البحث في المشترك لدى الإنسان ". ويرى أن الاتجاه الذي يسمي نفسه حاليا في الغرب بـ " الأرسطيين الجدد " حذرون في انتقاء الأبعاد الممكنة في فلسفة أرسطو، ويشير إلى أن الفيلسوف (غادمر) في كتابه " الحقيقة والمنهج " قد بين أن فلسفة أرسطو وإن كانت تركز على " الجسم والعقل " أو " الإدراك والتقنية " إلا أنها تحمل تضمينا ثالثا يتعلق بالتأويل. وفي دراسة حديثة له مع (ستيفن ورد) بين في السياق نفسه أن هناك مجال آخر خارج تجربتنا والواقع المحسوس ويمكن التعبير عنه " ميتافيزيقا"³.

أما في مجال نقد التكنولوجيا، فهو يرى أن القراءة المعرفية تتطلب إلى دراسة ما وراء التكنولوجيا وينتقد تحويل مسألة التكنولوجيا إلى الخبر الباحث عن الفعالي بعيدا عن الاعتبار الثقافية والاجتماعية، وهو يرى أن القيم وراء التكنولوجيا هو المجال الذي يمكن أن تحدث في الثورة وليس التكنولوجيا في حد ذاتها. وفي دراسة للفيلسوف الفرنسي (إلول) يؤكد ان التكنولوجيا تحمل فرصا ومخاطر وفق ما إذا كان الإنسان " صاحب السيطرة أو تحت السيطرة"،

1- المرجع نفسه، ص 28 - 29 .

2- المرجع نفسه، ص 29.

3- المرجع نفسه، ص 30.

ذلك أن عدم تغيرنا في مواجهة التكنولوجيا واستخدامها للأفضل وليس للفعالية فحسبه يؤدي إلى تغليب كفة التكنولوجيا بالضرورة، أي سلطتها. وقد أوجدت هذه التكنولوجيا ظاهرة الخبير " الأدرى بعالم التكنولوجيا" والباحث عن الفعالية، الأمر الذي وفر الأرضية لعدم تقبل الأحكام القيمة عن التكنولوجيا، ومنها تكنولوجيا الاعلام طبعا¹.

3. القيم الثقافية في الفكر الإعلامي - الاتصالي العربي:

1.3 "الائتمانية" لمواجهة التحديات القيمة لثورة الإعلام والاتصال عند (طه عبد الرحمان):

لقد اشتغل المفكر (طه عبد الرحمان) منذ بداية كتاباته - الفلسفية بالأساس - على منظومة القيم والأخلاق في الفكر الانساني بصفة عامة، وهذا ما تعكسه معظم أعماله التي تتقاسم في متغير واحد هو النظرة القيمة للظاهرة والتي يكون مصدرها الدين، إلا أن ثلاثيته الأخيرة المعنونة بـ " دين الحياء: من الفقه الائتماري إلى الفقه الائتماني"، والمقسمة على ثلاثة أجزاء " أصول النظر الائتماني، التحديات الأخلاقية لثورة الاعلام والاتصال، وروح الحجاب" قد اتضحت فيها مباشرة معالم مشروعه القيمي، ولعل ما يهمنا هو الجزء الثاني الذي حاول ربطه بمفهوم الائتمانية.

ونقصد هنا بالائتمانية بداية، فعل الأمانة التي كُلف بها الإنسان حين قيامه بفعل الاستخلاف، وما يعيشه الإنسان المعاصر اليوم هو حالة " الاختيانية" - من الخيانة - وهنا يعطي (طه عبد الرحمان) آليات الانتقال من حالة الخيانة التي نعيشها إلى حالة الأمانة، وقد عملت وسائل الإعلام بمختلف أنواعها على توسيع دائرة "الاختيانية" التي تُبعد الإنسان عن قيمه التي مصدرها الدين، فوسعت حالة " الخيانة" وقلصت حالة " الأمانة" وهو مايرفضه (طه عبد الرحمان)².

فقد حدد علاقة الإنسان المعاصر بالشاشة بمفهوم " المتفرج" - على كل وسائل الاعلام والاتصال التي تستخدم الصورة بأنواعها- محددًا له في مجموعة من الخصائص، إحداها " التوسط بالصور" إذ أصبحت الصور واسطة المتفرج في علاقاته بذاته وبالآخرين وبالعالم، والثانية " تملك المصورت" إذ أن نظر المتفرج يزدوج باللمس، فكأن عينه أصبحت يدا تمسك بالمنظور إليه، والثالثة " الإضرار بالقدرات" إذ أثر الإدمان على الصور سوء تأثير في القدرات الجسمية والنفسية والفكرية للمتفرج، والرابعة " استبدال الوهم مكان الحقيقة" إذ أضحى المتفرج يقدم الصورة على المصور، بل يستغني بها عنه، والخامسة " الايقاع في التلصص" إذ صار المتفرج يلتذ بالنظر إلى الصورة إلتذاد المتلصص

1- المرجع نفسه، ص 30 - 31.

2- طه عبد الرحمان، دين الحياء من الفقه الائتماني إلى الفقه الائتماني- أصول النظر الائتماني - ، ج01، ط01، المؤسسة العربية للفكر والإبداع، لبنان، 2017، ص 16-19.

بالنظر إلى المصور، والسادس "التعرض للعنف" إذ أن تدفق الصور الذي يهجم على المتفرج يورثه شهوة البطش، فينقل هذه الشهوة إلى تعامله مع الآخرين¹.

ثم يبين كيفية التصدي "للتفرج" بطريق الفقه الائتماني ونقل المتفرج من الحالة الاختيانية إلى الحالة الائتمانية، مستعرضا تعامل الفقيه الائتماني مع خصائص "التفرج" الست، واحدة واحدة، ومتوصلا إلى أن هذا التعامل يؤثر إيجابا في المتفرج، إذ أن هذا الفقيه يقيم معه صلة مباشرة ومتواصلة وعملية، متجاوزا ظاهر سلوكه إلى باطنه النفسي، ومعالجا الشهوات التي فتكت به، ومبيناً له كيف أنه ينزع خالقه في اسم من أسمائه الحسنى، وهو "المصور" فينقله، على التدرج إلى الحال الذي يشعر فيه بالحياء من ربه، فيخرج عن وصفه الذي هو "التفرج" إلى وصف "المشاهد"².

ومن المفاهيم التي تعرض لها كذلك مفهوم "التجسس" بوصفه علاقة الإنسان المعاصر بالمخفي من المعلومات، محدداً له في خصائص خمس، إحداها "الغلو في المراقبة"، إذ تعددت المؤسسات التي تمارس المراقبة، كما تنوعت الآلات التي تتوسل بها، والثانية "النفوذ إلى باطن الأشياء" إذ لم يعد المتجسس يكتفي بالاستخبار عما خفي من ظاهر الجسم، بل تعداه إلى الاستخبار عما خفي من باطن النفس، والثالثة "النفوذ إلى الحياة الخاصة" إذ أضحي المتجسس يخصص لكل فرد ملفاً يخصص فيه كل المعلومات عنه، والرابعة "طلب الإحاطة بكل شيء" إذ أنه بات ينشد أن يحيط علماً بالفرد والمجتمع والعالم إحاطة لا تغيب عنها أية معلومة، والخامسة "الرغبة في التحكم بكل شيء" إذ صار يسعى إلى أن يسخر الكائنات ويتصرف في الاستهلاك ويمكن السلطة ويعزز الذات³.

ثم يبين كيفية التصدي "للتجسس" بطريقة الفقه الائتماني ونقل المتجسس من الحالة الاختيانية إلى الحالة الائتمانية، مستعرضا تعامل الفقيه الائتماني مع خصائص التجسس الخمس، واحدة واحدة، ومتوصلا إلى أن هذا التعامل يؤثر إيجابا في المتجسس، إذ أن الصلة الوجدانية التي يقيمها مع المتجسس تجعل هذا الأخير يقف على الآفات النفسية التي وقع فيها بسبب تجسسه والتي هي عبارة عن منازعة الحق سبحانه وتعالى في خمسة من أسمائه الحسنى: "الريب، الخبير، اللطيف، العليم، والمهيمن" فتنقله هذه الصلة، على التدرج، إلى الحال الذي يشعر فيه بالحياء من ربه، فيخرج من صفته التي هي "التجسس" إلى صفة "الشاهد"⁴.

1- طه عبد الرحمان، دين الحياء من الفقه الائتماني إلى الفقه الائتماني - التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال - ، ج2، ط01، المؤسسة العربية للفكر والإبداع، لبنان، 2017، صص 16-17.

2- المرجع نفسه، ص17.

3- المرجع نفسه، ص17.

4- المرجع نفسه، ص18.

ثم يطرح مفهوما ثالثا هو " التكشف " بوصفه علاقة الإنسان المعاصر بالآخر الناظر، متفرجا كان أو متجسسا أو ناظرا غير متفرج ولا متجسس، محدد التكشف في خصائص خمس، إحداها " إبداء الكل " إذ أضحى المتكشف، فردا كان أو جمعا، يُظهر منه كل ما استطاع، جسميا كان أو نفسيا، والثانية " إبداء الباطن " إذ أخذ يُفشي أسراره ويودعها مذكرته في شبكات التواصل الاجتماعي، والثالثة " حب الوجود " إذ أضحى يقرب وجوده بظهوره واشتهاره سعة وقيمة، والرابعة " حب الذات " إذ أنه يقيم علاقة عشق مع صورته أو جسمه أو بصره، والخامسة " استهواء الآخر " إذ يطلب أن يؤثر في الآخرين، حاملا لهم على التكشف كما تكشف، ومحركا فيهم دواعي الشهوة¹.

ثم يوضح أخيرا، كيفية التصدي " للتكشف " بطريق الفقه الائتماني ونقل المتكشف من الحالة الاختيانية إلى الحالة الائتمانية، مستعرضا تعامل الفقيه الائتماني مع خصائص التكشف الخمس، واحدة واحدة، ومتوصلا إلى أن هذا التعامل يؤثر إيجابا في المتكشف، إذ أن هذا الفقيه يراعي ظروفه ويأخذه باللطف، حتى يتعلق به، فيدعوه إلى العمل متدرجا به في معرفة عيوب نفسه إلى أن يستيقن أنه ينازع ربه في اسم من أسمائه الحسنى، وهو " الشهيد "، فينتقل إلى الحال الذي يشعر فيه بالحياء من ربه، مستبدلا وصف " المشهود " بوصف " المتكشف "2.

2.3 نظرية " الحتمية القيمة في الإعلام " لـ (عزى عبد الرحمان):

تستند هذه النظرية، كما يرى (نصير بوعلوي) أحد أبرز المساهمين فيها والدارسين لها، إلى أربعة مكونات رئيسية: " التراث العربي والإسلامي "، " ابستمولوجيا الاتصال والإعلام "، " الفكر الفلسفي والاجتماعي الغربي المعاصر في القرن العشرين متمثلا في المدارس الاجتماعية التالية: المدرسة البنيوية، والمدرسة الظاهراتية، والمدرسة التفاعلية الرمزية، والمدرسة التأويلية النقدية "، " الفكر الإعلامي القيمي من خلال بعض الحفريات في الفكر الحضاري (ممالك بن نبي) والتواصل القيمي في مذكرات الشيخ (الورتلاني) والأخلاقيات الإعلامية النورانية النورية ". تُظهر هذه المكونات الأربعة ازدواجية الأسس الفكرية لنظريته، التي تجمع بين التراث الفكري الإسلامي والفكر الفلسفي والاجتماعي والاتصالي الغربي المعاصر³.

تقوم نظرية الحتمية القيمة في الإعلام على " إبراز التجاذب الثقافة كعالم معنوي - مادي معيش - ووسائل الاتصال كعالم رمزي، وتبيان تأثير وسائل الاتصال في الثقافة بالإيجاب أو السلب والآليات والأوضاع التي يتجسد

1- المرجع نفسه، ص 18-19.

2- المرجع نفسه، ص 19.

3- نصير بوعلوي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمة في الإعلام عند عبد الرحمان عزى: مقاربة نقدية، مجلة المستقبل العربي، العدد: 422، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، أبريل 2014،

ص ص 87 - 88.

فيها هذا التأثير وفق هذا المنظور المعياري"، هكذا يعتبر (عبد الرحمان عزي) ان هناك علاقة وثيقة بين الإعلام " الذي يقصد به الاتصال بوسائله المختلفة : الصحف، والمجلات، والإذاعة والتلفزيون، ووسائل الاعلام الجديد: الانترنت، شبكات التواصل الاجتماعي. . . " والثقافة حيث تؤثر وسائل الاتصال بشكل حتمي على ثقافة المجتمع، هو التأثير الذي يتراوح بين الايجاب أو السلب، وفي هذا الصدد يقول (عبد الرحمان عزي): " إن التأثير يكون ايجابا إذ كانت محتويات وسائل الاعلام وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت وثيقة أشد كانت ايجابية. وبالمقابل، يكون التأثير سلبيا إن كانت محتويات وسائل الاعلام لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير سلبيا أكبر"¹.

ويعرف (عبد الرحمان عزي) القيم انطلاقا من الدين، ثم ينطلق منها لدراسة العلاقات بين الثقافة التي تحيل على العالم المعيش ووسائل الاتصال التي تمثل العالم الرمزي، مركزا على أولويات الثقافة على وسائل الاتصال، خصوصا وأن الثقافة تمثل في نظره، كل ما يحمله المجتمع " الماضي " وما ينتجه " الحاضر والمستقبل " من قيم ورموز معنوية أو المادية، وذلك في تفاعله مع الزمان " التاريخ " والمكان " المحيط " انطلاقا من بعض الأسس " القيم " التي تشكل ثوابت الأمة وأصولها " البعد الحضاري " وهكذا يتولد عن انتقال الثقافة إلى وسائل الاتصال تأثيرات ايجابية على المجتمع إذا كانت المحتويات الاعلامية وثيقة الصلة بالقيم بينما تتولد عنه تأثيرات سلبية إذا كانت تلك المحتويات متناقضة مع القيم أو متحللة منها².

وقد قام (عبد الرحمان عزي) بتأسيس الخلفية الفكرية لنظريته، من خلال إعادة تعريف بعض المفاهيم المتداولة بشكل ينسجم مع المرجعية الفكرية التي حددها لنظريته، مثل تعريفه للقيمة والثقافة كما ذكرنا سابقا، وسأتي على ذكر بعض المفاهيم التي تُشكل الجانب المفاهيمي للنظرية:

- المخيال الإعلامي: يشكل مفهوم المخيال الإعلامي قطيعة ابستمولوجية مع مفهوم الرأي العام، فمفهوم الرأي العام حسب (عبد الرحمان عزي) يحمل تناقضات أساسية في البنية الفكرية التي يقوم عليها، وفي نشأته وتطوره، من هنا يعيد صياغة مفهوم الرأي العام الجديد، وصياغته تأخذ بعين الاعتبار المبنى والمعنى في نفس الوقت وذلك بعد دراسته بالمقارنة مع عدد من المفاهيم المقترنة بتطور الحضارة العربية الاسلامية كمثال مفهومي العصبيّة والشورى، ومنه وصل (عزي عبد الرحمان) إلى مفهوم بديل للرأي العام آخذا بعين الاعتبار الكيفيات التي يتعامل بها الجمهور عندنا وفي العديد من الدول المسماة بالنامية، مع وسائل الاتصال

1- عزي عبد الرحمان، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر اعلامي متميز، مرجع سبق ذكره، ص112.

2- عزي عبد الرحمان، ثقافة الطلبة والوعي الحضاري ووسائل الاتصال: حالة الجزائر، مجلة المستقبل العربي، العدد 164، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، أكتوبر، 1992، ص88.

الجماهيرية التي أسماها " المخيال الاجتماعي الجسد عند دراسة الواقع"، ومفهوم "المخيال الإعلامي المجرد" عند دراسة ما ينبغي ان يكون عليه هذا الواقع¹.

- الزمن الإعلامي: يعتبر الزمن الاعلامي المجال الوقي المرتبط بوتيرة ومضمون محتويات وسائل الاعلام والاتصال، فحركية وسائل الاعلام، في مضمونها حركية زمنية، أي أن استعمال وسائل الاعلام في نهاية المطاف هو استعمال للوقت ويتحدد هذا الوقت عبر فترات، فوسائل الاعلام هي التي أوجدت هذه الأزمنة الاعلامية، ويعمل الزمن الإعلامي، بصفة عامة على تصوير مظاهر الحياة فهو بذلك يعمل على تشكيل وإعادة تشكيل الزمن الاجتماعي بأسلوب رمزي، وعلى حد قول (عبد الرحمان عزي) فإن الاجتماعي ينعكس رمزيا في السلوك نتيجة الاقبال المتزايد على ثقافة هذه الوسائل ويعتبر الزمن القيمي في منظور (عزي عبد الرحمان) هو الأساس وتتفرع عن هذا الزمن أزمنة فرعية أخرى حيث يبقى هو الأصل ومرجع في نفس الوقت " الحتمية القيمية"².

- المكان الإعلامي: يعتبر ذلك الحيز الجغرافي البيئي الرمزي الذي تروج له وسائل الاعلام، حيث أن كثرة استخدام هذه الوسائل يؤدي إلى نوع من الاغتراب عن المكان المعاش والمتعلق بالمكان المؤلف الجديد الذي تعرضه وسائل الإعلام، فالتلفزيون مثلا يحدث الفوضى في المكان الاجتماعي، من خلال القفز فوق الأمكنة التي لا تربط بحزام من الدلائل القيمية، وعليه يدعو في الأخير إلى توطين القيم والثقافة في جغرافيا المكان على اعتبار أن المكان جزء من القيمة وثقافة المجتمع وتاريخه وإعلامه³.

إضافة لمجموعة من المفاهيم الأخرى: كعنف اللسان، والسكة الإعلامية القيمية... وبغية الاطلاع أكثر على مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، يمكن الرجوع إلى الأدبيات التي كتبها صاحب النظرية، أو بعض الدارسين لها*. وفي الجانب المنهجي كان قد طرح (عزي عبد الرحمان) مؤلفه " منهجية الحتمية القيمية في الاعلام" مقترحا

1- عزي عبد الرحمان، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر اعلامي متميز، مرجع سبق ذكره، ص 67.

2- نصير بوعلي وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، دار إقرأ، قسنطينة، الجزائر، 2009، ص ص 142-143.

3- المرجع نفسه، ص 144.

*- نذكر في هذا الصدد مجموعة من الأدبيات أهمها:

- عزي عبد الرحمان، دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2009.
- نصير بوعلي، الإعلام والقيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي، ط1، دار الهدى، الجزائر، 2005.
- نصير بوعلي وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الاعلام، ط1، دار إقرأ، قسنطينة، الجزائر، 2009.
- عزي عبد الرحمان، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، ط1، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2009.
- عزي عبد الرحمان ونصير بوعلي، حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- عزي عبد الرحمان، حفریات في الفكر الإعلامي القيمي: مالك بن نبي، الورتيلاني، النورسي، صن تسو، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2011.
- عزي عبد الرحمان، دعوة إلى فهم علم الاجتماع الاعلامي، ط1، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2010.

مقياس (ع، ن، س) كمساعدة للباحثين في مجال دراسة القيم في محتويات وسائل الإعلام بطريقة كمية، كما نشير إلى اتجاهه في البحث مؤخرا إلى البحث في قوانين الإعلام والرهانات الأخلاقية التي تفرضها موانيق الشرف الإعلامية وذلك تحت عنوان "نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية".

3.3 بحوث "القيم الثقافية" ضمن "القيم الإسلامية" في المنطقة العربية:

بالعودة إلى مختلف الدراسات الإعلامية التي بحثت في العلاقة بين الإعلام والقيم، يمكن تصنيف هذه الدراسات إلى مجموعتين أساسيتين هما:

- أعمال تناولت الموضوع بشكل مباشر:

تشمل هذه المجموعة الدراسات الإعلامية التي ربطت متغير الإعلام بالقيم مباشرة والتي كان هدفها في الغالب وظيفيا - كمتطلب لنيل الدرجات العلمية - ، ورغم تنوع تلك الدراسات فإنها تشترك في حصرها على مقارنة الاتصال بالقيم، من خلال الدراسة النقدية النظرية، أو الدراسات التطبيقية التي شملت دراسات تحليل المضمون، أو الدراسات الميدانية للجمهور، أو جمعت بينهما... والهدف من الدراسات التطبيقية هو تعرف تأثير المحتويات الإعلامية على نوع أو مجال قيم متنوعة¹.

وينبغي الإشارة إلى دراسة مهمة في هذا المجال والتي تعتبر حديثة نسبيا، هي دراسة الباحث (هشام المكّي) حول "الاتصال الجماهيري وسؤال القيم" وقد خضعت دراسته لقيم الاتصال لناظرين اثنين: الأول في الدراسة التحليلية للقيم على مستوى نظريات الاتصال، وهذا يقتضي بداية تصنيف تلك النظريات وفق مجموعات أساسية تشترك في الخضوع للنظام نفسه، مما يسهل عملية تحليلها ودراستها قيميا. أما الناظر الثاني فهو التركيز على قيمة "التوحيد" باعتبارها أكثر من قيمة، بل هي نسق كامل للنظر إلى الوجود وعلاقاته وقيمه الأخرى ولعل هذا ما يقصده (سيف الدين عبد الفتاح) حيث يقول: "العقيدة تشير إلى التوحيد بوصفه القيمة المركزية الكبرى، التي تشع عناصرها على كل الأنساق التابعة، من معرفة وفكر وثقافة ومفاهيم ومناهج وطرائق تفكير وأساليب تفسير وأطر تحليل، وقواعد تغيير وتقويم، التوحيد كنسق تبدو أهميته في كونه إطارا مرجعيا أكبر، يعبر في المبتدئ والمنتهى على قاعدة إسناد وإطار مرجع، والإنسان أيضا هو إنسان العقيدة الذي يمكن تسميته بأنه إنسان القيمة المتواصلة مع قيمة الإنسان والكون

- عزّي عبد الرحمان، دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2012.

- عزّي عبد الرحمان، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2013.

- عزّي عبد الرحمان، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، ط1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2016.

1- هشام المكّي، الاتصال الجماهيري وسؤال القيم، ط01، مركز نماء للبحوث والدراسات، لبنان، 2016، ص228.

أيضا قيمة لفاعلية الإنسان وسعته فيه، واعتباره سيدا فيه لا عليه بالاستعلاء، وبإعمار له لافساده، والحياة قيمة في نطاق تفاعلاتها وحركة الإنسان فيها"¹.

- أعمال تناولت الموضوع بشكل غير مباشر:

تشمل هذه المجموعة عدة محاولات تأصيلية للإعلام والاتصال ضمن الرؤية الفكرية الإسلامية، ورغم الاختلاف بين تلك المحاولات إلا أنها تشترك في اقتراح رؤية اسلامية لقضايا الاعلام والاتصال، تنطلق فيها من مرجعية قرآنية لصياغة تصور اتصالي يعلي من شأن القيم تلقائيا. فمحاولات التأصيل هذه تعتبر أن الاعلام أو الاتصال " الاسلامي " ، يعمل على نشر وتعزيز القيم الأخلاقية والإسلامية، لذا حتى وإن لم تركز تلك المحاولات بشكل مباشر على قضية القيم، فغنها اعتبرت ضمنا أن الاعلام " الاسلامي " يعلي من شأن القيم الاخلاقية، وإنه رهان تحريري من الاعلام الغربي، الذي يكرس قيمه المنحلة، حيث " تبسط العولمة في بعديها الثقافي و السياسي مخططا للهيمنة يرمي إلى بناء أحادية ثقافية وسياسية، تصبح فيها القيم الغربية من ليبرالية ورأسمالية هي الأساس، وتصبح فيها القيم الأخرى، قيما هامشية ينبغي التخلص التدريجي منها عبر أساليب الافراغ والاستبدال"². وقد تعرضت الكثير من الدراسات لمحاولات التأصيل عرضا وتصنيفا، ولعل من أدقها منهجا تصنيفيا وأوفاهها جمعا للمحاولات التأصيلية، محاولة الباحثين (محمود محمد قلندر) و (محمد بابكر عوض) اللذان صنفا المحاولات التأصيلية للإعلام والاتصال في ثلاثة مجموعات ومحاور:

- أ- المحور النظري: تناول الوصفي التاريخي الاجتماعي ومعالجة النصوص القرآنية من منظور اتصالي واستنباط موجهاات نظرية من القرآن والسنة.
- ب- محور التناول المعيارى وتحليل المؤسسات الاتصالية الاسلامية السابقة والقائمة من منظور اتصالي.
- ت- محور الاتجاه نحو بناء نظريات ونماذج اتصالية اسلامية.

وفيما يلي ، نماذج للدراسات التأصيلية للاعلام والاتصال في الرؤية الاسلامية : الدراسة الأولى: عادل محيي الدين الألوسي، الرأي العام في القرن الثالث هجري: قدم هذا الكتاب قراءة أصلية لأحداث المجتمع الاسلامي في القرن الثالث الهجري من منظور إسلامي حيث حاول دراسة بعض الظواهر الاتصالية " في نظره " في تلك الفترة من خلال الانطلاق مما اعتبره نظرية اسلامية، عوض الارتكاز على المفاهيم الغربية. ومثال ذلك أنه اعتبر أن المفاهيم

1- مصطفى نادية وآخرون، مشروع العلاقات الدولية في الاسلام، ط1، المعهد العلمى للفكر الإسلامى، القاهرة، 1996، ص105.

2- قلندر محمود محمد، وعوض محمد بابكر، اتجاهات البحث في علم الاتصال: نظرة تأصيلية، ط1، در الفكر، سوريا، 2009، ص19.

الإسلامية مثل: " الاجماع " و " الرأي " و " القياس " و " الأمة " و " الجماعة " ...، هي أساس ما يسمى اليوم الرأي العام¹. اما الدراسة الثانية هي دراسة إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي: المرحلة الشفهية: حاول هذا الكتاب التأسيس لنماذج اتصالية، فوضع مثلا مقابل مستويات الاتصال المعروفة " التواصل الذاتي، التواصل الشخصي، التواصل الجمعي، الاتصال الجماهيري، الاتصال الثقافي...نموذجا اسلاميا يضم سبعة مستويات: النفس، الجماعة الأولية، الجمعة والعيدين، الحج مقومات الحضارة الإسلامية²...، وغيرها من الدراسات الأخرى في هذا المجال.

1- عادل محيي الدين الأوسى، الرأي العام في القرن الثالث الهجري، ط1، دار الشؤون الثقافية العامة، العراق، 1983، ص 10.

2- إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية، ط1، مكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1980، ص9.

خلاصة:

وإجمالاً، يبقى الفكر الاتصالي في جوانب عديدة يحاول أن يقدم فهماً لحضور القيمة من خلال تحليل محتوى الاتصال والإعلام، وهو أمر نراه نتيجة نهائية - مع أهميته في العملية البحثية - ، إلا أن الأمر الأهم هو البحث في كيفية حضور القيم الثقافية في الفكر الاتصالي من حيث هو فكر قائم بحد ذاته، أي بمعنى تدخل الجانب القيمي الثقافي في عمليات الفهم والتأويل والتحليل للظواهر الاجتماعية المختلفة التي يدخل فيها الاتصال والإعلام كأحد المتغيرات المؤثرة أو المتأثرة.

إننا بحاجة اليوم إلى استعمال القيمة والثقافة من حيث هي توجيهات تعمل على توجيه اجتهاداتنا وتحليلاتنا في ميدان الاتصال، وكأننا نريد بأن تكون القيم الثقافية هي الزاوية التي ننظر بها في معالجة الظاهرة الاتصالية الإعلامية، وزاوية النظر لا تقصي أبدا حضور المنهج، فيمكننا الاستفادة من كل المناهج لتحقيق مختلف الأهداف البحثية، إلا أننا لا بد أن نراعي الجانب القيمي والثقافي في تطبيقات تلك المناهج.

ومن خلال عرضنا البحثي المتعلق بالقيم الثقافية..قراءة اتصالية إعلامية، يمكننا أن نتوصل إلى مجموعة من الرهانات تتعلق بهذه النقطة نوردتها على النحو التالي:

- أن دراسة القيم الثقافية من حيث التراث النظري تتطلب المزيد من المراجعات خاصة فيما يتعلق بسيقنة المعطيات، وتحديث الأرقام والإحصائيات، بالإضافة إلى نقص الدراسات النوعية في المجال.
- أن سلطة القيم الثقافية في التواصل تعترضها مجموعة من الرهانات أهمها تحقيق " الفهم الاتصالي " .
- أن كلا الفكرين الغربي أو العربي اهتما بتأثير القيم الثقافية في الجانب التواصلي إلا أن الرهان الذي يطرح يتعلق أساساً بمصدر هذه القيم.

وتحقيقاً للربط العلائقي بين القيم الثقافية والظاهرة الاتصالية فإننا سنتناول في الفصل الثاني أحد أشكال التواصل الجديدة التي أنتجتها التطورات الحاصلة في المجال التقني والمتعلقة أساساً بشبكات التواصل الاجتماعي، حتى نقدم لها قراءة قيمة ثقافية.

ثانياً: شبكات التواصل الاجتماعي.. قراءة قيومية ثقافية

ا. شبكات التواصل الاجتماعي .. مدخل معرفي

1. التشبيك الاجتماعي والاتصال الإنساني
 - 1.1 تحول مفهوم الشبكة إلى دائرة التواصل الاجتماعي.
 - 2.1 طبيعة التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
 - 3.1 الجماعات المتخيلة في فضاء التواصل الاجتماعي.
2. أنواع شبكات التواصل الاجتماعي
 - 1.2 تصنيفات أنواع شبكات التواصل الاجتماعي وآليات عملها.
 - 2.2 بعض أشكال الفئة الأولى (الفايسوك، التويتر، اليوتوب)
 - 3.2 بعض أشكال الفئة الثانية (المدونات الإلكترونية، ليكند إن، بعض المواقع والتطبيقات المتعلقة بالشبكات.
3. الأطر النظرية المفسرة لوسائل الإعلام الجديدة
 - 1.3 وسائل الإعلام الجديدة في ميزان الفلسفة.
 - 2.3 وسائل الإعلام الجديدة في ضوء النظريات الكلاسيكية.
 - 3.3 نظريات وسائل الإعلام الجديدة.

ا. الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي: قراءة في التمثلات، الاستخدامات، والتأثيرات

1. تمثيلات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي
 - 1.1 تمثيلات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيلة.
 - 2.1 تمثيلات الشباب لمحتوى شبكات التواصل الاجتماعي.
 - 3.1 تمثيلات الشباب للأعمال البحثية التي تربطهم مع شبكات التواصل الاجتماعي
2. استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي
 - 1.2 قراءة كمية لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية.
 - 2.2 قضايا الشباب العربي في شبكات التواصل الاجتماعي.
 - 3.2 استخدامات الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي.
3. تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب
 - 1.3 قراءة كمية لنتائج بعض الدراسات.
 - 2.3 التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، والسلوكية) على الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي
 - 3.3 تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب في مستويات (التراتبية الاجتماعية، الثقافة الجماعية، الذات)

ا. القيم الثقافية في شبكات التواصل الاجتماعي

1. التحديات المعرفية والمنهجية لدراسة القيم الثقافية في شبكات التواصل الاجتماعي
 - 1.1 المدخل السبيرياني لمعرفة شبكات التواصل الاجتماعي.
 - 2.1 تحديات القيم الثقافية في سبيريانية شبكات التواصل الاجتماعي.
 - 3.1 التحديات المنهجية للبحث في القيم الثقافية في شبكات التواصل الاجتماعي.
2. القيمة المركزية ومجالاتها في شبكات التواصل الاجتماعي
 - 1.2 نُظم القيم الثقافية.
 - 2.2 التواصل كقيمة "مركزية".
 - 3.2 مجالات القيمة المركزية في شبكات التواصل الاجتماعي.
3. توجيهات القيم الثقافية والقيمة الأصلية:
 - 1.3 توجيهات القيم الثقافية.
 - 2.3 شروط القيمة الأصلية.
 - 3.3 "الحياة" كقيمة أصلية.

تمهيد:

إن الفضاء التواصلي المستحدث جراء التقانات الحديثة التي حاول الإنسان تطويعها بغية تسهيل عملية الاتصال، وحبه المستمر في الإحاطة بكل شيء، جعله يعمل جاهدا على تحديث ذاته والعمل على تفعيلها ضمن صيرورة التطور من حيث المحتوى او من حيث الوسيلة.ولعل أحد أهم هذه الفضاءات التي تسيطر عليها المعلومة إرسالا واستقبالا، والتي تتميز بأنها تنتج من مستخدم نشط وفعال، نجد شبكات التواصل الاجتماعي.

إننا هنا لا نهتم بالمسميات "مواقع" " شبكات" " وسائط مستحدثة"... بقدر ما نهتم بفهم التحولات التي أحدثتها هذا الفضاء في بنية الاتصال داخل المجتمعات، فالمجتمعات منذ ظهور شبكة الانترنت وهي تعيش حالة من الديناميكا المتواصلة، والتي لا يزال مستقبلا مجهولا خاصة من ناحية التطبيقات والانتاجات التقنية، وتمنهل المحتوى.

في هذا الفصل سنحاول إعطاء قراءة معرفية تتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي، والتركيز على الانعطافات البنيوية الاتصالية والإعلامية التي أحدثتها هذه الشبكات، وبعدها سنتعرض بنوع من الخصوص في ربط واضح بين هذه الشبكات وعينة الدراسة المتعلقة بالشباب والتي نستشفها حسب تحقيق التراث النظري المتعلق بالدراسة والمرتبط أساسا بالتمثلات، والوقوف على طبيعة استخدامات هؤلاء الشباب لهذه الشبكات من خلال الدراسات والبحوث المتوفرة لدينا، لنصل إلى التأثيرات التي أحدثتها هذه الشبكات في هذه الفئات على اختلاف مناحي التأثير ومجالاته.

ليبقى الرهان في هذه الدراسة هو محاولة بناء أجزاء البحث المتعلقة بالمنهجية التي تقوم عليها والكل المتراكم من المعارف التي توصل إليها البحث، وهو محصلة جهودنا في النقطة الأخيرة من هذه الدراسة، حيث سنستفيد من أفكار (الجابري)، (مالك بن نبي)، (طه عبد الرحمان)، من خلال توظيف المنهج البنيوي التحليلي في ربط كل هذه الاجتهادات، لنصل إلى بناء مفاهيم " القيمة المركزية" " المجال " " القيمة الأصلية"، وهي كلها مفاهيم سنتناولها بالشرح والتحليل في هذا الفصل.

I. شبكات التواصل الاجتماعي ..مدخل معرفي

1. التشبيك الاجتماعي والاتصال الإنساني:

1.1 تحول مفهوم الشبكة إلى دائرة التواصل الاجتماعي:

ولد اصطلاح الشبكة في دائرة علوم الهندسة والرياضيات لوصف نسق هندسي يتركب نسيجه من مجموعة عقد أو قمم " Vertices " تقترن فيما بينها بواسطة روابط "Links"، أو حافات "Edges"، تؤشر نحو هوية ومسارات العلاقة التي تؤلف بينها¹.

وشأن الكثير من الاصطلاحات العلمية، الرياضية والهندسية، التي تتغلغل في حياتنا اليومية، بفعل خطاطة علمية تفرض هيمنتها على المحيط الاصطلاحي، توسعت دائرة استخدام مصطلح الشبكة لفرض حضوره في كثير من مفاصل حياتنا اليومية، فولد اصطلاح شبكات النقل بمختلف أنواعها، وشبكات خطوط نقل الطاقة الكهربائية، وشبكات الهواتف الأرضية².

ولم يسلم علم الاجتماع من اقحام اصطلاح الشبكة في خطاطته العلمية، فاستخدم مصطلح " الشبكة الاجتماعية Social Network" لوصف هيكله مجتمعية تتألف من مجموعة كيانات فاعلة " أفراد أو جماعات"، ترتبط مع بعضها، بشبكة من العلاقات، التي تنبثق عن مجموعة من الأنشطة التي تمارسها هذه الكيانات، وتتميز هذه العلاقات بأنماط ونزعات، يمكن أن تدعم عمليات التحليل الرياضي والاحصائي في الكشف عن هوية وخصائص: المجاميع، أو الجماعات، أو المجتمع الذي تصفه مادة نسيج الشبكة³.

ولم ييسط هذا الاصطلاح نفوذه بصورة لافتة حتى استعير بصورة مكثفة ضمن دائرة تقنيات المعلومات والاتصالات، وبعيد ولادة بيئة الانترنت التي استخدم النعت الشبكات لوصف المعمارية المجردة التي تسود البيئة الترابطية للحواسيب وخوادمها التي تنهض بمهمة تشكيل فضاءها المعلوماتي. وإذا كان استخدام مصطلح شبكة الانترنت قد استخدم لوصف آلات الاتصال الرقمي وأدواتها، فإن اصطلاح "الشبكة العنكبوتية -World

¹ - Lilian Weng , Information Diffusion on Online Social Networks, center for complex networks and systems research, school of informatics and computing, Indiana University, 2014, p23.

² - Ibid, p25.

³ - حسن مظفر الرزو، فضاء التواصل الاجتماعي العربي جماعته المتخيلة وخطابه المعرفي، ط01، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2016، ص 78.

"Wide-Web"، قد استخدم لوصف البيئة البرمجية اللينة التي يسفر من خلال عقدها الفيض الرقمي للمعلومات التي تستوطن بيئة الانترنت¹.

وإذا كان التحليل الشبكاتي قد توجه في بداياته نحو وصف، ودراسة، مختلف أنماط المعماريات التي ترتبط وفق خطاطتها شبكات الحواسب، وتلك التي تحدد نهج تنضيد العقد المعلوماتية على رقعة النسيج الشبكاتي، فإن ولادة منصات شبكات التواصل الاجتماعي، وتعمق ارتباطاتها الحميمة مع الكثير من أنشطة مجتمعاتنا المعاصرة قد حتمت ولادة خطاطة جديدة تمتلك القدرة على تحليل نسيجها الذي يجمع بين السمة الفيزيائية التي يفرضها الحضور المكثف للحواسب، والعقد الاتصالية التي جاءت بها أدوات المعلومات والاتصالات، والسمة الاجتماعية التي تتميز بتعقيد يفرضه تباين أنماط ونزعات الحضور الانساني في التطبيقات التي توفرها منصة هذه الشبكة، باتت تمهد لولادة نهج تحليلي من نمط فريد، يمتلك خطاطة تجمع بين سمة التجريد التي يفرضها حضور فضاء المعلومات ومحيطه الجرد، وسمة الواقعية التي تلتصق بواقع السلوك والنزعات الاجتماعية التي تسود تفاصيل حياة الكيانات الاجتماعية "أفراد، وجماعات" باتت تطيل من مدة إقامتها في محيط المعلومات الموازي لمحيط كينونتنا الحيوية².

ويتطلب نقل التركيبة الاجتماعية من مواقع توطنها في مجتمعاتنا إلى الفضاء الرقمي المحوسب إعادة تشكيل الكثير من مبادئ الخطاطة المفاهيمية التي تعامل بها علم الاجتماع عند تأسيس خطاطة الشبكات الاجتماعية وفروعها المعرفية.

لقد تحول الحضور الإنساني في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي إلى نسق رقمي، يستوطن في مصفوفة رياضية، تبوح قيمتها الرقمية بالكثير من التفاصيل التي يتسم بها فضاؤنا الاتصالي على صعيد تصميم واستخدام المعلومات والأدوات الاتصالية في نقل محتوى الخطاب الذي نروم إيصاله للآخر، وقد بوشرت عملية تمثيل عناصر النسيج الاجتماعي بواسطة مخطط رسومي، بالغ التعقيد، يضم كما هائلا من العقد التي تترايط فيما بينها بشبكة من العلاقات التفاعلية، متعددة الاتجاهات، وبكثافة تدرج بحسب عمق العلاقة التي تقيمها الذوات داخل حدود الكيانات المجتمعاتية الرئيسة والثانوية³.

وعندما سنعمد إلى وصف وتحليل النسيج الاجتماعي لفضاء شبكات التواصل الرقمي، سنلجأ إلى تمثيل هذا تمثيل هذا النسيج بمخطط رسومي، تصطف على عموم رقعته الرسومية مجموعة من العقد التي تؤشر إلى حضور

¹ - المرجع نفسه، 79 .

² - المرجع نفسه، 80 .

³ - المرجع نفسه، 80 .

مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، مع بروز مجموعة من المتجهات التي تصف مجموعة من أواصر التفاعل، والروابط الاجتماعية التي تلم شمل مجموعة من الأصدقاء. وينمو نسيج هذه العقد، أو ينحسر، نتيجة للتغيرات الآنية التي تسري في كيان النسيج الاتصالي، بفعل مجموعة متنوعة من آليات التواصل الرقمي التي تسهم في توليد جماعات تتفق في مجموعة من الآراء والمفاهيم، أو تنحسر في أحيان أخرى نتيجة مغادرة بعض أعضاء المجموعة والتحاقهم بجماعات أخرى.

2.1 طبيعة التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

عندما نروم تحليل مادة نسيج شبكات التواصل الاجتماعي، سنضطر إلى تجزئتها إلى وحدات صغيرة، أو عقد رقمية، مسترشدين بالميزات الفارقة للكينونات أو الجهات التي تستوطن الفضاء الاتصالي، سواء كانت هذه الكينونات أفراداً، أو جماعات، أو مؤسسات، مع توجيه عنايتنا نحو سير ماهية الوشائج التي تؤطر المناخ الاتصالي الذي يلم شمل هذه الكينونات، ويعزز الصلات التي تربط بعضها ببعض.

بصورة عامة لا يمكن أن تتوطن عقد معلوماتية، في النسيج الاتصالي، من دون وجود عقد رديفة ترتبط معها بمسار اتصالي، ينتهي عندها، أو يعاود الانطلاق ثانية للتواصل مع كينونات رقمية أخرى، فتتباين طبيعة الصلات التي تقرر بين هذه الكينونات، باختلاف الباعث على كونها.

ولعل أهم فئات العلاقات الرابطة لهذا النسيج، والتي يمكن الظفر بها أثناء عمليات التنقيب في الحاجة التواصلية لمنصة شبكات التواصل الاجتماعي:

- علاقات تسعى إلى تبادل، أو الحصول على موارد غير ملموسة سواء كانت معلومات، أو وسائل متعددة، أو بذل مشورة.

- علاقات تعزز الانتماء إلى جماعة قد ترفع من شأن صاحبها، أو تعزز مكانته بين الآخرين، أو تلبى حاجات شخصية مستبطنة.

- علاقات لبناء صداقة وتعارف مع أفراد تجمعنا بهم قواسم فكرية، أو شخصية.

- علاقات لا مبرر لها سوى الرغبة بتزجية الوقت، أو الترفيه عن الذات.

ونحن عندما نتحدث عن عقدة معلوماتية ما - تتوطن في موقع محدد ضمن الرقعة التي تهيمن عليها منصة شبكات التواصل الاجتماعي- فإننا سنكون بصدد الكشف عن هوية ونمط حضور فرد من أفراد إحدى جماعاتها

المتخيلة. أما عندما نوجه اهتمامنا نحو حافة من حافات تراكم شبكاتي- في احد عناقيد المنصة ذاتها-، فإنه سنعاين نمطا من أنماط الصداقة والعلاقات الحميمة التي تجمع بين فرد أو مجموعة أفراد من الجماعة ذاتها.

وتشرع الجماعات بالتشكل، تدريجيا، نتيجة لتناسل العلاقات الرابطة بين الكينونات المماثلة في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي، فيعج فضاؤها بإقبال المزيد من العقد على ميدانها، وتتضخم عناقيدها نموا، وتتعاظم كثافة العقد المعلوماتية التي تلتصق بشعابها المتفرعة.

➤ معمارية منصات الشبكات الاجتماعية:

أسهم نظام Web 2.0 في إحداث طفرة نوعية في الخطاطة المعلوماتية للإنترنت؛ فأسهم في تحويل المستخدم من مجرد مستهلك للمادة الرقمية المطروحة على المواقع الويب (يقراً، وينصت، ويراقب، ويبحث في المادة الرقمية، أو يتسوق من السلع المطروحة في مواقع التسوق الإلكتروني) إلى عضو فاعل يقوم بإنتاج مادته الرقمية من خلال (إضفاء صبغة شخصية إلى عناصرها، و المشاركة بمضامينها مع من يريد)، و التقاسم بمواردها من خلال (الإسهام بتحريرها، ونشرها، ورفعها إلى مواقع المساهمة الرقمية)، وتنظيم مادة المحتوى من خلال (وضع إشارات تصنيفية، واقتراحات لتسهيل الوصول إليها)، و التواصل مع الآخرين، جماعات وأفراد من خلال (إرسال تعليقات، وإبداء الملاحظات، و الدردشة)¹.

تحتوي منصات شبكات التواصل الاجتماعي على أدوات جاء بها نظام web 2.0 التي تتمتع بخصائص مميزة تدعم المستخدمين في التواصل و التفاعل، وتخلو من أية بنية أو هيكلية مسبقة تفرض على المستخدم الالتزام بمضامينها، أو تحديد أنماط و مسارات التواصل و التفاعل، ولا تحتوي على نهج انتقائي لهوية و انتماء المستخدمين، كما تتميز باستيعاب طيف واسع من البيانات الرقمية، وسواء كانت نصية، أو صوتية، أو صوتية وتستقبل جميع أشكال الخطابات الرقمية للمستخدمين الذين يرومون الوصول إلى فضاءها الاجتماعي. وقد جذبت هذه الميزات الفريدة الأنظار نحو تشكيل عناصر فضاء جديد، وحبك نسيج عقده، بواسطة مجموعة من العلاقات الرابطة لتوليد منصات رقمية لشبكات اجتماعية، تحاكي الشبكات الاجتماعية التي قد توغل نسيجها في تفاصيل حياتنا اليومية، في محاولة لرقمنة مادتها ونقلها إلى فضاء الإنترنت و إنشاء فضاء تواصلية لشبكات اجتماعية متنوعة².

تلتحق جميع منصات الشبكات الاجتماعية بقائمة مواقع الويب التي تنتشر بكثافة في فضاء الإنترنت الرقمية بيد أن هذه المنصات تتمتع بخصائص تميزها من بقية المواقع، تتسم بصلاتها الحميمة مع الشبكات الاجتماعية وتضم

¹ - Siti Ezaleila Mustafa and Azizah Hamzah, Online Social Networking : A New Form of Social Interaction International Journal of Social Science and Humanity, vol 1, July 2011, p16.

² - Ibid, p17.

مجموعة من الأدوات التي تدعم جميع أنماط أنشطة التواصل و التفاعل الاجتماعي المحتملة في الفضاء الرقمي الموازي لبيئة الشبكات التواصل الاجتماعي التي تؤلف نسيج حياتنا الاجتماعية .

لأي موقع في فضاء الانترنت أن يعد موقعا للتواصل الاجتماعي الآني متى اتصف بالخصائص الآتية¹:

- يقوم بدور المحور الذي يستقطب مجموعة معينة من الأفراد الذي يرومون إنشاء علاقات جديدة ، أو توثيق عرى علاقات سابقة كانت تجمعهم في أوقات مضت مع أصدقاء أو زملاء دراسة ، أو عمل.
- يحتوي على طيف واسع من الأدوات و الخدمات التي يتشكل منها و بواسطتها فضاء تواصلية متخيل بعمق لدى المستخدمين الإحساس بالانتماء إلى جماعة تتسم بنكهة تواصل و تفاعل تقارب الإحساس الذي نعيشه في حياتنا الاجتماعية اليومية ، فتتوافر لديهم فرصة التواصل فيما بينهم ، و المشاركة و تقاسم المعلومات قد تتضمن نصوصا ، أو صوراً ، أو ملفات فيديو تزيد مستويات تفاعلهم داخل حدود فضائهم التواصلية.
- يضم قائمة من الخيرات و الأدوات الرقمية التي تمنح المستخدم فرصة إعداد سجله الشخصي - الرقمي ، و إعداد قائمة للأصدقاء و زملاء الدراسة و العمل ، والالتحاق بمجموعة أو جماعة متخيلة ، أو مغادرتها متى أراد ذلك ، والتحكم بقواعد و مستويات التواصل مع الآخر بما يضمن تشكيل الإطار العام لخصوصية حضوره الاتصالي.

➤ مكونات منصة الشبكة الاجتماعية:

تتمتع كل منصة من منصات شبكات التواصل الاجتماعي بمعمارية برمجية تهيمن على إدارة أنشطتها المختلفة ، و تراقب عن كثب سيل النبضات التواصلية المتدفقة في قنواتها الرقمية المنتشرة في النسيج التواصلية المعقد. بيد أنها تجتمع بمجموعة من الخصائص العامة ، و التي يمكن تمثيلها بنظام رقمي يتألف من مجموعة طبقات²:

- طبقة تخزين البيانات: تتألف طبقة تخزين البيانات من مركبتين، الأولى: إدارة الخزن التي تكون مسؤولة عن خزن المعلومات التي تعود إلى المخططات الاجتماعية مع معالجة الزيادات المحتملة في أحمال قواعد بيانات الشبكة الاجتماعية. الثانية: فيطلق عليها " مركبة مستودع البيانات"، والتي تتألف من المستودعات الرقمية المخصصة لخزن البيانات و العناصر الملحقمة بخدمة الشبكة الاجتماعية. و تشمل هذه المستودعات مخازن الوسائط المتعددة، و قواعد البيانات، و قواعد معلومات المستخدمين، و غيرها من البيانات الرقمية التي تحفل بها بيئة الشبكة الاجتماعية.

¹ - Ibid,p19.

² - George Pallis, Demetrios Zeinalipour-Yazti, and Marios D. Dikaiakos, Online social networks :status and trends, Berlin Heidelberg, Springer-verlag, pp213-234.

- طبقة إدارة المحتوى:وتنهض طبقة إدارة المحتوى بإدارة ثلاث مهام أساسية، المهمة الأولى: الإدارة و الإشراف على عملية دمج البيانات الواردة من المواقع النائية لشبكات المعلومات بواسطة مجتمع المحتوى، الذي يقوم بجمع ، و تنظيم المحتوى الرقمي المتدفق في قنوات الوسائط الاجتماعية، و العمل على توزيعه على بقية منصات الشبكات الاجتماعية. المهمة الثانية: فتتضمن إدارة عملية إدامة و صيانة مخطط المحتوى الاجتماعي بواسطة مدير البيانات. المهمة الثالثة: التحكم بعملية وصول المستخدمين إلى بيئة الشبكة الاجتماعية من طريق إنشاء، و إدامة، البنية الفيزيائية، و البرمجة للتحكم بوصول المستخدمين.
- التطبيقات البرمجية: لما كان كل موقع من وقائع الشبكات الاجتماعية قد وفر حزمة من الخدمات الداعمة لمستخدميه، مثل : البحث في محتوى الموقع ، و متابعة التعليقات و المواد الجديدة ، الوصول الآني ، وغيرها من الخدمات ، فإن مهمة طبقة " التطبيقات البرمجية " تكمن في توفير بيئة برمجية قادرة على دعم مختلف أشكال الأنشطة التواصلية التي تسافر في قنوات الشبكة الاجتماعية. وقد فرض تعدد الخطاب اللغوي المنبث في الشبكات الاجتماعية قيام هذه الطبقة بسلسلة من العمليات المعالجة التي تتضمن مجموعة من الخدمات اللغوية، التي تدعم مختلف أنماط الخطاب اللغوي الذي يسود في هذه الشبكات.

3.1 الجماعات المتخيلة في فضاء التواصل الاجتماعي الشبكي :

تستمد الجماعة حضورها من الخطاطة المحوسبة، من خلال توظيف مفهوم الجماعة في فضاء منصة شبكات التواصل الاجتماعي، الذي يشير إلى مجاميع أو عقد متماسكة تشد كيانها قوى التحام تربط هذه الكيانات و ترص طبقاتها ضمن بنيات عنقودية و هرمية، تتخذ أشكال متراصات عشوائية نتيجة لعدم انتظام توزيع العقد على عموم مساحة العقود الشبكاتي، فتتباين اتجاهات تفرعاتها الجانبية و تتفاوت مستويات شيوع العقد التواصلية في الحيز الذي تستقر فيه¹.

بداية يمكن تعريف حالة الشبكة التواصلية بعدد أنواع الكينونات "الجهات الفاعلة"، التي تشكل هيكله العلاقات الرابطة بين أفرادها الوصف المناسب للنمط التفاعلي الذي يسود بيئتها ، وتقاس قيمة هذه الهيكله من خلال سير طبيعة العلاقة بين زوج من العقد الرقمية المتجاورة، فإذا كانت كل منهما تنتمي إلى المجموعة ذاتها فيطلق على الشبكة اصطلاح شبكة العلاقات أو شبكة أحادية الحالة، أما إذا توزعت عملية قياس المتغيرات على مجموعتين من مجاميع الكينونات الاتصالية فيطلق عليها اصطلاح شبكة انتماء أو شبكة ثنائية الحالات، وتحدد شدة العلاقة

¹ - Alex Comminos, Twitter revolutions and cyber crackdowns user Generated content and social networking in the arab spring and beyond, Association for Progressive Communication,2011,p29.

الرابطه بين الكيانين أو أكثر من كينونات شبكة تواصل الاجتماعي من خلال قياس الوقت المستغرق و عمق التفاعل العاطفي و العلاقات الحميمة المتبادلة بين طرفي التفاعل الذي يمتد بين العقدتين المتواصلتين رقمياً¹.

وينشأ عن اختلاف مستوى حميمية الارتباط و التفاعل المستدم بين الكينونات شبكة التواصل الاجتماعي، بروز مجاميع لا تلبث أن تنمو و تتراصف لتشكّل عناقيد مترابطة، ترتبط عقدها بواسطة حواف قوية و تشكل هذه المجاميع و الجماعات موردا مهماً للتحليل، لتحديد طبيعة انتماءاتها و الخصائص المميزة لأفرادها و هوية الخطاب التواصلية الذي يسود بين أفرادها².

ونتيجة لتكرار ممارسة مختلف أشكال التواصل و التفاعل الاجتماعي و تنوع هوية المشاركين فيها و تباين أعدادهم، ستتفاعل التأثيرات و تتلاحم لإنتاج نمط فريد من " الفاعلية الشبكية"، التي تتمظهر في أنماط بنوية يمكن أن تستثمرها أدوات الحوسبة لسبر عقد الأنشطة الاتصالية والتواصلية، التي تبرز بين الحين و الحين لتحديد طبيعة الأفكار الجديدة و الاعتقادات و الآراء و التقنيات الجديدة و السلع المطروحة، التي تحفل مادة أنشطة التواصل و الاتصال الرقمي بتفاصيل أخبارها³.

ويمكن أن نطلق على هذه الأنشطة الاتصالية اصطلاح الممارسات الاجتماعية، التي قد يميل المرء إلى ممارستها أو يعرض عنها، و التي تتضمن الميل إلى حزمة محددة من الآراء أو تبني المفاهيم أو ممارسة طقوس محددة من السلوك الفردي أو الجمعي .

و تعتمد أنماط التغيير في بيئة النسق الشبكاتي توسعا و انحسارا على التأثيرات التي تمارسها سلوكيات المستخدمين في البيئة الشبكية و حجم التنافس القائم بين التطبيقات البرمجية التي تفلح في اجتذاب مستخدمين جدد أو دفع منافس له في اجتذابهم بعيدا منه، و تسهم عمليات النمو والانحسار الآنية التي تسري في بنية النسق الشبكاتي في توفير مناخ مناسب لفهم طبيعة سلوكيات المستخدمين و تحديد التوجهات الإستراتيجية الجمعية للمستخدمين و بيان ميل المستخدمين نحو سلوك أو إستراتيجية محددة، قد ينشأ عنها آثار متباينة على الخطاب المطروح في مواقع الاتصال الاجتماعي. أما على صعيد حوسبة انتشار التأثير و التفاعل التواصلية بين أفراد جماعات شبكات التواصل الاجتماعي، فيمكن افتراض أن سريان سلوك محدد في نسيج الشبكة يعد تعبيرا مباشرا عن سيادة نزعة تقليد الآخر في صناعة الكثير من قراراتنا، التي تتطلب سرعة في اتخاذ القرار أو عندما يغيب عن أفق تفكيرنا طبيعة وحجم العواقب التي قد تنجم عن ميلنا نحو تبني مضامينها لكي نكون أكثر توافقا مع قرارات الجماعة التي تنتمي إليها⁴.

¹ - Ibid,p30.

² - Ibid,p31.

³ - Emilio Ferrara, Community Structure Discovery in Facebook,International Journal of Social,Networks,Mining, vol1,no1,2012,p27.

⁴ - Ibid p29.

و على هذا الأساس ستمر عناقيد الجماعات المتخيلة-التي تقيم في منصة شبكات التواصل الاجتماعي- بحالات صيرورة دائمة، نتيجة لاستمرار التحاق أعضائها أو مغادرتهم المؤقتة أو المستديمة لبيئتها الاتصالية. من أجل هذا فإن كيان هذه الجماعات ستغيب عنه سمة الثبات التي يمكن أن تستخدم بوصفها مؤشرا على حالات النمو أو الانكماش التي تمر به خلال مراحل معينة، ولا يمكن تجاوز هذه العقبة المعرفية إلا من خلال تبني إحدى الفرضيتين التاليتين عند الشروع بحوسبة مادة نسيجها الاتصالي¹:

- الأولى : أن الجماعة المتخيلة عبارة عن كيان شبكائي تستمر مراقبته عن كثب

- الثانية : أنها كيان شبكائي يمر بحالات إحداث مستمرة .

ولضمان بلوغ مستوى مقبول على صعيد حوسبة الكيان الشبكائي المعقد لبيئة التواصل الاجتماعي، سنجد لزاما علينا توظيف نماذج رياضية تتسم بالمرونة في توسع بنيتها الرياضية و قدرتها على رصد التغيرات المستديمة في هيكلتها البنوية، لكي تكون النتائج قريبة من الواقع و قادرة على وصف تداعيات التفاعلات الاجتماعية التي تسري في كيان هذا النسيج الاتصالي المعقد. من هنا بصورة عامة تتشخص أمامنا ثلاثة خصائص جوهرية تميز منصة شبكات التواصل الاجتماعي عند مقارنتها مع بقية منصات الويب التي تنتشر في فضاء شبكة الانترنت² :

- الاحتواء التكاملية - الثلاثي:

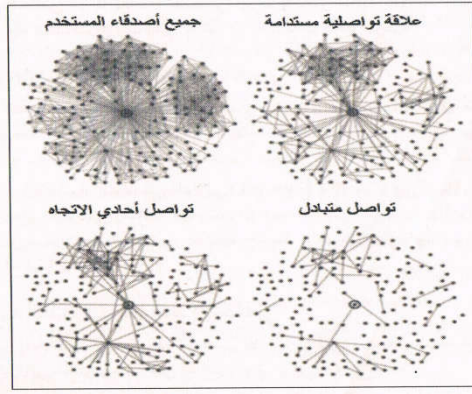
ترسخ سمة الآني التي تسود بنية النسق الشبكائي، نتيجة لالتحاق عقد جديدة بهيكله النسق أو مغادرة عقد أخرى لتلتحق بأنساق مختلفة، بحيث تتولد مع كل حالة حواف جديدة داخل النسق الشبكائي بينما تزول حواف و حدود أخرى لتختفي تماما من هيكلته الشبكاتية المعقدة، و تنشأ خاصية " الاحتواء التكاملية الثلاثي " في أنساق شبكات التواصل الاجتماعي بناء على الفرضية القائلة: "أن اشترك مستخدمين في شبكة التواصل الاجتماعي بصديق مشترك يزيد من احتمالية نشوء صداقة حميمة بالمستقبل تربطهم جميعا بحدود مشتركة، توثق أواصر الصلة فيما بينهم".

- شدة الارتباط الاجتماعي:

تستخدم هذه الخاصية لوصف قوة أواصر الارتباط التي تجمع مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي، و تؤثر إلى مستوى التواصل القائم بينهم ضمن حدود الشبكة، وقد صاغ مجموعة من الباحثين سلسلة من القواعد التي يمكن من خلالها تحديد شدة الارتباط الاجتماعي بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي (انظر الشكل الرقم 1)

¹ - Ibid p30.

² - Emily Jin,Michelle Girvan and M.Newman,The structure of Growing social Networks,SFI Working Paper,no2001-06-032, santa fe institute,june 2001, pp 15-18.



(الشكل رقم 1) خصائص شدة الارتباط بين المستخدمين

1. القاعدة الأولى : يمثل الرابط اتصالا متبادلا (Mutual communication) إذا تواصل المستخدم وتلقى مادة تشير إلى تفاعل قائم لدى النهاية الثانية للرابط.
2. القاعدة الثانية: يمثل الرابط اتصالا أحادي الاتجاه (One-way communication) إذا تواصل المستخدم لمرة واحدة أو عدة مرات مع صديق يستقر عند النهاية الثانية من الرابط.

3. القاعدة الثالثة: يمثل الرابط علاقة مستدامة (Maintained Relationship) إذا قام المستخدم بتتبع نتيجة محاولة تواصله مع صديق يقيم في نهاية الثانية من الرابط، ومن خلال مراجعته المتكررة لمحتوى صفحات أخبار خدمات تغذية موقع التواصل الاجتماعي.

ويبدو واضحا من الشكل رقم (1) كيفية تمثيل نسق العلاقة القائمة بين مستخدم من مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) ومجموعة متنوعة من أصدقائه، حيث يظهر أمانا الوصف الرسومي لجميع الأصدقاء المرتبطين معه عبر شبكة الموقع، و أولئك الذين يتواصل معهم بصورة مستدامة، وآخرين يتواصل معهم بصورة متبادلة، وآخرين يتواصل معهم باتجاه واحد. وتتجلى في تفاصيل حالات الوصف الرسومي شدة وكثافة الفيض الاتصالي لكل حالة من الحالات، والآثار المترتبة عن ذلك على الخصائص البنوية للنسق السائد في نسيج الشبكة، ولكل حالة من حالات الوصف الرسومي.

- التوافق مع الأصدقاء:

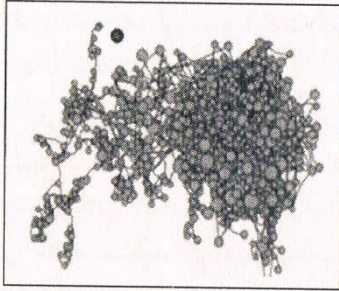
تسهم عمليات التواصل مع الآخرين و الأصدقاء، عبر شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث نوع من التوجه نحو التوافق و التطابق مع الأصدقاء (Homophily) فأصداقنا على الشبكة لم يتم اختيارهم بصورة عفوية أو اعتباطية، وإنما هناك مجموعة من القواسم المشتركة على المستوى الشخصي (الميول، والآراء، والمبادئ، والتوجهات) والاجتماعي (انتماء إلى مكان، أو طبقة، أو فئة)، والديني والإثني، التي كان لها تأثير حاسم ونجحت في أن تجمعنا مع أصدقائنا، وترسخ علاقاتنا التواصلية معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وتسهم كل خاصية من هذه الخواص المشتركة في تشكيل النسق البنوي و السلوكي للشبكة، فتتوسع حافات الشبكة، وتنحسر في ضوء هذه الخصائص، بحسب الخصائص الحاكمة لعلاقتنا بالآخر.

ولما كانت البنية الشبكية للعناقيد المذكورة في الشكل الرقم (1)، مؤشرا على تأليف جماعات متخيلة جديدة، أو التحام أخرى مع جماعة تتقارب معها في الخطاطة التفاعلية، أو تلاش لمجموعة كبيرة من العقد الاتصالية نتيجة ارتحالها إلى عنقود تستوطنه جماعة تتفق معها بفحوى الخطاب التواصلي، فإن من الضروري أن تتوافر بين أيدينا أدوات و آليات، تستهدي بنهج متبادل لتمييز حضور الجماعات في نسيج شبكات التواصل الاجتماعي، وحصص المساحة المتخيلة التي تنبسط عليها الأنشطة التفاعلية لأفرادها.

وفي عموم الحالات، سنكون ملزمين بممارسة عملية "التقسيم الكتلي" (Clustering) لمادة النسيج الشبكاتي، مسترشدين بتقارب مستويات كثافة العقد الاتصالية في مخططات الوصف الرسومي ثلاثي الأبعاد لنسيج الشبكة. بعدها سنعمد تعريفا دقيقا لمفهوم حضور الجماعة المتخيلة في العناقيد المنتخبة، على أساس انتخاب المجاميع الثانوية للجهات الفاعلة (الكينونات التواصلية) التي تترايط فيما بينها بوشائج تفاعلية متينة، ومباشرة، ومكثفة، ومتكررة. وستبرز أمامنا حينئذ المسائل الآتية، التي ينبغي علينا حسمها لضمان تحديد السمات المميزة للجماعة المتخيلة، وهوية أفرادها، وطبيعة العلاقات و التفاعلات التي ترسو في بيئتهم الاتصالية ويمكن بلوغ ذلك من خلال¹:

- تحديد الخاصية الجامعة التي تصف الخطاطة المفاهيمية للجماعة المفترضة.
- انتخاب المجاميع التي تشترك بتبني جزء من هذه الخطاطة المفاهيمية أو تبناها جميعا
- انتقاء العقد الاتصالية التي ترتبط في ظل هذه الخطاطة بأواصر تفاعلية حميمة و مكثفة و مستديمة و متكررة
- تحديد مستويات الانتماء للجماعة على أساس التباين في قوة الأواصر التفاعلية التي تربط بعضها ببعض



النسيج الشبكاتي قبل عملية التقسيم الكتلي

المصدر: Lilian Weng, «Information Diffusion on Online Social Networks,» (PhD. Thesis, Center for Complex Networks and Systems Research, School of Informatics and Computing, Indiana University, 2014).

فقد يشترك أعضاء الجماعة المتخيلة بتيار فكري أو عقدي أو سياسي أو يجمعهم نمط من الممارسات الشخصية و يمكن سبر السمات المشتركة من خلال توظيف آليات التنقيب و السبر المعلوماتي، الذي يوفر لنا خطاطة واضحة من النزاعات و التوجهات التي تكمن في خطاب أفراد الجماعة، أو يعتمد على بعض مفردات الخطاب التفاعلي التي تؤشر إلى وجود قواسم معرفية مشتركة بين أصحاب هذه العقد المترابطة. وتستمر عملية السبر و التقسيم،

(الشكل رقم 2) آثار عملية التحليل وسبر نسيج الشبكة

¹ - John Bryden, Sebastian Funk, and Vincent AA Jansen , Word usage mirrors community structure in the online social network, EPJ Data Science, vol2 , no3,2013,p65.

لحين استكمال تحليل الهيكل الهرمية لأفراد الجماعة المتخيلة التي قد تضم أكثر من مستوى من المستويات الثانوية و الثالثوية، لحين خفوت آثار التفاعل أو التواصل بين العقد التواصلية، حيث تنتهي حدود حضور الجماعة المتخيلة التي نجحنا في بيان حدودها و تبدأ حدود جماعة جديدة بالبروغ .

و يبدو واضحا من الشكل الرقم (2) الآثار الملموسة لعمليات السبر و التقسيم التي تمارسها أدوات تحليل البنية المحوسبة للنسيج التواصلية، و كيف أن الخليط الذي يبدو غير متجانس للوهلة الأولى سيتحول إلى مجاميع متباينة تتجاوز فيما بينها في ضوء المعايير التي ذكرت أعلاه، فأسهمت مقارنة و تجميع العقد التواصلية ضمن الخطاطة المفاهيمية التي يشترك الأفراد التي تبني خطابها المعرفي .

مقارنة بين خصائص الجماعات في المجتمع المتخيل و المجتمع التقليدي¹

السمات و الخصائص		الجماعة
المجتمع المتخيل	المجتمع التقليدي	
يتسم اللقاء بتواصل افتراضي مفتوح بين أعضاء ولا يتحدد بموضوع محدد أو ينتهي بانتهائها.	يتحدد زمن اللقاء و المواجهة بمدة تتحدد بطبيعة اللقاء مع الآخر و ينتهي بانتهاء مراسيمه.	مجموعة اللقاء و المواجهة
تشكل الأسرة المتخيلة من مجموعة صلات و أهداف مشتركة و مبادئ و عقائد تجمع تحت مظلتها مجموعة محددة من الأفراد.	تشكل الأسرة بالإطار الاجتماعي الذي تفرضه درجة القرابة ، و صلات الدم و غيرها من الصلات التي تجمع بين أفرادها.	الأسرة
تشجع الجماعات المتخيلة على تبادل المسائل الشخصية ذات الصلة بتخصص مهني ، و تبني مبدأ التعلم من تجارب الآخرين في بيئة متخيلة .	تهدف إلى ترسيخ التواصل بين ذوي الخبرات المهنية في حقل من الحقل من خلال سلسلة من الأنشطة و الوسائل الصريحة .	الجماعات المهنية
تعد الجماعات المتخيلة فئة من فئات مجتمع التعلم التي يشترك أصحابها بمبادئ و قيم و معتقدات ، و يلتحقون مع بعضهم بواسطة الانتماء للجماعة المتخيلة ، و المشاركة و التواصل بما يمتلكون من معارف و خبرات.	تتألف من مجموعة أفراد يتفقون بمعيار القيم و الاعتقادات ، و يرومون تعميق حصيلتهم المعرفية بالتعلم مع الآخرين و التواصل المباشر معهم .	جماعات التعلم

¹ - حسن مظفر الرزق، مرجع سبق ذكره، ص94.

2. أنواع شبكات التواصل الاجتماعي :

1.2 تصنيفات أنواع شبكات التواصل الاجتماعي وآليات عملها :

تتباين أشكال الشبكات الرقمية التي تقيم في فضاء التواصل و التفاعل الرقمي ، و تستمد حضورها من الخدمات و الأدوات الاجتماعية التي توفرها للمستخدمين في سبيل محاكاة النسيج الاجتماعي لحياتنا اليومية . و قد برزت عدة تصنيفات لهذه المواقع و التطبيقات البرمجية بحسب صبغتها الاجتماعية، أو بحسب دورها الاجتماعي، أو بحسب معماريتها الرقمية، و معايير أخرى.

➤ أنواع الشبكات بحسب صبغتها الاجتماعية: بصورة عامة ، تقسم الشبكات الاجتماعية (بحسب الصبغة

الاجتماعية للأفراد المنتمين إلى عضويتها) إلى خمسة أصناف¹ :

- شبكات تعنى بالأفراد: و تضم مجموعة من مواقع الويب الرائجة ، والتي تمارس دور منصة رقمية لبناء شبكة من الأصدقاء و الزملاء ، و تصنف منصة شبكات تعنى بالأفراد ضمن المنصات الافتراضية لإنشاء الهويات الرقمية ، و تشكيل عناصرها ، و إدارة وصف هذه الهويات من خلال تضمين مختلف أشكال المؤثرات المرئية
- جماعات الويب: و تتألف جماعات الويب من مجموعة من الأعضاء الذين يتمتعون بصلات قوية تنبع عن روابط إثنية ، أو وطنية ، أو دينية ، أو اهتمامات و اتجاهات مشتركة . و تمارس هذه الصلات دورا جوهريا في إعادة هيكلة و تشكيل أجزاء لا يستهان بها من الجماعات التي تحفل بها حياتنا اليومية . و يسود الإحساس بالانتماء و التقارب الحميم بين الأعضاء الملتحقين بهذه المواقع ، بحيث ينشأ عنها شبكات اجتماعية ثانوية تلملم أفرادها بحسب الروابط التي تشد بعضهم إلى بعض .
- شبكات الويب النفعي: يتجمع أعضاء شبكات الويب النفعي بناء على توافر صلات احترافية، أخرى عن مصالح التجارة و الأعمال. و ينتمي إلى هذه الفئة من الشبكات منصة الشبكة الاحترافية ((لنكد إن)) .
- شبكات تعنى بالعواطف و الأحاسيس: و تجذب هذه الشبكات التي تعنى بالعواطف و الأحاسيس أفرادا تجمعهم اهتمامات و هويات مشتركة. و يطلق على الكيانات الاجتماعية التي تتولد عن الحضور التواصلية في هذه الشبكات مصطلح ((جماعات الاهتمامات المشتركة)) وقد برر إطلاق هذا المصطلح على أفراد هذه الجماعات بسبب ارتباط تعريف الانتماء بهوية الاهتمام الجامع لأفرادها. وينتمي موقع ((غودريدز)) لهذا النوع من الشبكات الاجتماعية .

¹ - Matthew Fraser and Soumitra Dutta, Throwing Sheep in Boardroom : How Online Social Networking will transform your life, work and world, Wiley and sons, London, 2008, p78.

- مواقع مشاركة الوسائط: لا تعتمد ((مواقع مشاركة الوسائط)) الاجتماعية نُهج عضوية وإنما على محتوى المرئي المطروح في فضاءها الرقمي. فتجذب زوارا كثيرين ، من مشارب و اهتمامات مختلفة حيث يجمعهم اهتمام بجمع و متابعة الموارد المرئية سواء كانت لقطات مصورة ، أو مقاطع فيديو. لذا لا نكاد نعرث على حضور شخصي لمستخدم و إنما مجموعة مساهمات تؤكد حضورها الاجتماعي عدد المشاهدات التي تعد مؤشرا على مستوى التفاعل الاجتماعي مع مادة المحتوى المرئي المطروح.

➤ **أنواع الشبكات بحسب دورها الاجتماعي:** تختلف طبيعة الدور الذي تمارسه منصة الشبكات الاجتماعية داخل حدود النسيج الرقمي للمجتمع الشبكاتي ، وقد قسمت هذه الشبكات بحسب الدور الذي تمارسه في المجتمع إلى فئتين أساسيتين¹ :

- شبكات التسلية: تكاد أن تعنى جل منصات الشبكات الاجتماعية و تنتمي أنشطتها إلى ميدان التسلية و ترفيهية الوقت بأنشطة ترفيهية متنوعة. وتوفر هذه الفئة من الشبكات مجموعة متنوعة من الأدوات ضمن بيئة جاذبة لكل ما هو ممتع ومسل من الممارسات الاجتماعية التي يمتلكها أعضاء الشبكة أو زوارها. وتعد شبكة "فايسبوك"، "ماي سبايس" (Myspace) مثلا حيا على هذه الفئة من الشبكات الاجتماعية.

- شبكات التجارة و الأعمال: و يتركز الاهتمام و الأنشطة الاجتماعية التي تسري في هذه الفئة من الشبكات و تحصر على تقارب و توثيق الصلات بين المتخصصين و الخبراء ممن يعملون بمختلف ميادين التجارة و الأعمال و تهيئة مناخ تواصلية لتضافر الخبرات ، وتحقيق نجاحات ملموسة في بيئة أعمالهم ، والتي تعد مؤشرا مهما، وعنصرا جاذبا للعلاقات المحتملة مع بقية أعضاء الشبكة أو زوارها.

➤ **آليات عمل شبكات التواصل الاجتماعي:**

تتألف بنية منصة كل شبكة من الشبكات الاجتماعية ، من عدد من " الخوادم " التي تعنى بإدارة حزمة من التطبيقات، و توفر التطبيقات مجموعة من الخدمات و الخوارزميات البرمجية الداعمة لعمل المنصة و مطبقاتها المختلفة. بصورة عامة، عندما يقوم مستخدم من مستخدمي الشبكة الاجتماعية بتمرير طلب إلى منصة الشبكة، تهرع أدوات المنصة بتمرير هذا الطلب إلى خادم التطبيق المناظر له. ويتوافر في المنصة أداة موازنة الأحمال التواصلية، والتي تكون مسؤولة عن مراقبة خوادم التطبيقات، حيث تنهض بمهمة الموازنة المتوقعة للطلبات، ثم توازن فيما بينها، و تحدد أولياتها قبل تمريرها إلى خوادم التطبيق المناظر. في المقابل، تقوم خوادم مخطط الشبكة بمتابعة وإدارة علاقات الروابط بين مستخدمي الشبكة. أما على صعيد توزيع مادة المحتوى الرقمي، فتقوم خوادم إدارة المستودعات بتسريع أداء تطبيقات الويب من طريق تخفيف الأحمال التي تنوء بها خوادم التطبيقات. وتختلف آلية عمل منصات الشبكات

¹ - Ibid,p81.

الاجتماعية نتيجة لاختلاف نَحج التعامل مع العلاقات الرابطة بين المستخدمين، و مستوى الثقة التي تسود بين مستخدميها، والتي تكون عرضة للتغيير باستمرار¹.

2.2 بعض أشكال الفئة الأولى (الفيس بوك، التويتتر، اليوتوب)

1.2.2 الفيس بوك ومميزاته التقنية:

أو كتاب الوجوه باللغة العربية هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي انه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين أن يبرزوا أنفسهم، ويعززوا مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، من خلال إنشاء روابط تواصل مع الآخرين. وقد أسس هذا الموقع (مارك زاكربيرج) عام 2004 لغرض التواصل بين الطلبة في جامعة هارفرد الأمريكية، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، وليطور الموقع خصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية، إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة الفايستوك، والتي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007، نتيج لاشتراك 61 مليون مشترك من نفس السنة. ليتعدى بذلك أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على الصعيد العالمي². وتتجسد التفاعلية فيه من خلال الدردشة أو الإعجاب والمشاركة والتعليق.

وأهم مميزاته التقنية هي³:

- الملف الشخصي Profile : عندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك.. وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد.

-إضافة صديق Add Friend : وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك .

- إنشاء مجموعة Groups: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت أن تنشئ تجمعا حول قضية معينة، وتستطيع جعل الاشتراك حصري خاص بالعائلة أو الأصدقاء، أو يشترك بها العامة.

¹ - حسن مظفر الرزو، مرجع سبق ذكره، ص ص 153 - 154.

² - Ellison, N, B, Steinfield, C, The benefits of Facebook friends : Social capital and college students' use of online social networks sites, journal of computer-Mediated communication, n12-4, 2007, p15.

² - أحمد مدثر، شرح كيفية التسجيل في موقع فيس بوك، كلية دراسات الحاسب الآلي، جامعة جوبا، السودان، 2006، ص ص 69 - 73 .

- لوحة الحائط Wall: مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة لهذا المستخدم.
- النقرة Pokes: يتيح للمستخدمين إرسال "نقرة" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- الصور Photos: وتمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.
- الحالة Status: تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بماكنهم وما يقومون به من أعمال حاليا.
- التغذية الإخبارية News Feed: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.
- الهدايا Gifts: تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، تتكلف الهدايا 100 دولار لكل هدية، ويمكن ارفاق رسالة شخصية بها.
- السوق Marketplace: المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.
- إنشاء صفحة خاصة: تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون اسم "الدومين" الخاص بها منتهيا بـfacebook، ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك. ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة، والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الاعلان الموصل لصفحتك على الفيسبوك.

2.2.2 التويتر ومميزاته التقنية:

- موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات Tweets عن حالتهم بحد أقصى 140 حرفا للرسالة الواحدة. وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة sms أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيس بوك و Twitbird، تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية

أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، وخلاصة الأحداث RSS¹.

وقد ظهر الموقع في اوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Obious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة Obious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter، ومع ازدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك البحث "غوغل" أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات التويتز كمصدر للبحث اعتبارا من 2009².

ومن أهم مميزاته التقنية نذكر³:

- شعار مميز Unique Badge: يوفر التويتز إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين، ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية او بلغة برمجة مثل HTML أو JAVA، مما يعطي طابعا شخصيا وموثقا مع كل تدوينة.

- التتبع Following: أي ان تتبع مدون معين على الموقع لكي تصل لك تدويناته أولا بأول، وكذلك يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع، ومع الفترة يصبح لك شبكة معارف ومتتبعون خاصون بك لهم نفس اهتمامك.

وهنالك مواقع وادوات تسهل من عملية التدوين على التويتز، مثل موقع LoudTwitter.com والذي يجمع تدويناتك عبر تويتز ويعرضها بنص واحد على مدونتك، او موقع Twitterscan.com الذي يوفر خاصية البحث في كل التدوينات المرسله عبر تويتز.

3.2.2 اليوتوب ومميزاته التقنية:

موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام وبجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة، من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة

¹- Geekpreneur, Ageek's guide to promoting your self and your online business in 140 character or less with twitter, New Media entertainment, USA ,2010, p12.

²- Ibid, p13.

³- Ibid, p p 14 -15.

بمشاركتها. وقد تأسس موقع اليوتوب في فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة "باي بال" هم (تشاد هيرلي) و(ستيف تشين) و(جاود كريم)، في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية الأدي فلش لعرض المقاطع المتحركة، حيث إن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج الأفراد¹. ويعد الفيديو المرفوع من قبل (جاود كريم) بعنوان "انا في حديقة الحيوان" بالانجليزية "Me at the zoo"، يعد أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتوب، وكان بتاريخ 23 أبريل 2005، وتبلغ مدته 19 ثانية، ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الانترنت ولتشتريه شركة "غوغل" عام 2006 وتضمه لها².

ومن أهم مميزاته التقنية نذكر³:

- داعم لتحميل الأفلام: فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع " mp4,wmv,flv,avi... " أو الأغاني "mp3... " وتحويلها إلى أفلام من نوع فلش صغير الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.

- سهل المشاهدة: فمجرد ضغطك على وصلة الفيلم، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا ومباشرة من الموقع، بل تستطيع أن تحتفظ به إن أردت من خلال برنامج موسيقي مثل real player .

- سهل البحث: فالموقع يوفر محرك بحث خاص به، يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.

- ميزة البث المباشر: لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفيلم حتى تشاهده، بل بمجرد الضغط على وصلة الفيلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتوب مما اعتبر طفرة في تطور الإعلام وتقنيات البث المباشر.

¹- Lange,P,G,Publicly privat, Sosial networking on Youtube Journal of computer-Mediated Communication,N13 2007,p18.

²- Ibid,p19.

³- خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص ص 44 - 45.

- إمكانية إنشاء قناة خاصة: من خلال هذا الموقع يمكنك إنشاء قنواتك الخاصة، والحاصل أن الكثير من الشخصيات أو المؤسسات قد نجحت في هذه الخاصية وأصبحت تدر أموالا معتبرة من ذلك.

3.2 بعض أشكال الفئة الثانية (المدونات الالكترونية، ليكند إن، بعض المواقع الأخرى والتطبيقات

المتعلقة بالشبكات)

1.3.2 المدونات الإلكترونية ومميزاتها التقنية:

هي من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا في العالم، بل هي الأصل الذي تفرعت منه وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى عبر الانترنت، وترجع المحاولات الأولى للتدوين إلى المجتمعات الرقمية التي كانت منتشرة على مواقع البريد الإلكتروني أو محركات البحث عام 1990، وتعتبر التعليقات على الأخبار المنشورة الكترونيا من أولى محاولات التدوين كذلك، ومن ثم تطورت المدونات عبر ظهور صفحات الكترونية بمثابة مذكرات شخصية وهي أولى محاولات التدوين المسجلة وذلك في عام 1994 بعد ظهور أول مدونة كيوميات على الانترنت كانت تكتبها الصحفية (جوستين هول)، ومن كان يكتب بهذه الطريقة أطلق عليهم بكتاب اليوميات. وقد أطلق (جون بارجر) مصطلح سجل الويب "weblog" على تلك التعليقات المنشورة على الأخبار عام 1997، وتطور المصطلح بعد ذلك بوقت قصير، استخدم (إيفان ويليامز) في مختبرات " بيررا" مصطلح المدونة "blog" وهو اسم وفعل على حد سواء، وابتكر أيضا مصطلح " مدون" وهو الشخص الذي يكتب في المدونة، مما أدى إلى شيوع المصطلح. ومن ثم انتشرت المدونات مع بداية الألفية، خاصة مع ظهور مواقع توفر خوادم ذات سعة حفظ كبيرة مجانا لإنشاء مدونتك الخاصة مثل bloggers.com و blogpost.com و wordpress.com وغيرها¹.

ومن أهم مميزات المدونات التقنية نذكر²:

-سهولة إنشائها: فالعديد من المواقع الالكترونية توفر الدعم التقني لإنشاء مدونتك، مثل مساحة لتخزين الصور والمحتوى، أداة لإدارة المدونة، بل وتوفر نماذج جاهزة لتصميم موقعك، فممكن أن تختار التصميم الذي يناسبك، كجريدة أو عائلي أو غيره، كل ذلك مجانا فقط مقابل تسجيل دخولك عبر إدراج عنوان البريد الإلكتروني الخاص بك مع كلمة السر، بل بعضها يوفر خدمة بيع اسم مسجل لموقعك مقابل بضعة دولارات سنويا، وعندها يصبح لك موقعا الكترونيا وإيميل خاص به.

¹ - المرجع نفسه، ص 29.

² - المرجع نفسه، ص ص 31-32.

- سهولة تحديثها وصيانتها: فأنت عندما تشترك وتنشأ مدونتك، سوف لن تحتاج إلى برامج أو خبرة كبيرة في إدارة المواقع، بل التحدي يحدث عادة عن طريق معالج، مع توفير دليل مساعد لذلك.
- المدونات صديقة لمحررات البحث: حيث أن كل عملية تحديث على المدونة تتوافق مع عنوان URL مختلف، أي أنه سيكون لكل من هذه التعديلات صفحتها الخاصة على شبكة الانترنت.
- سهولة التواصل مع قاعدة المعجبين: حيث توفر معظم مواقع المدونات إضافات للتواصل الاجتماعي مثل أيقونات الفيسبوك والتويتر، وكذلك توفر خدمة RSS مما يسهل من عملية ربط ونشر الخبر المحدث.

2.3.2 لينكدإن LinKedin ومميزاته التقنية:

هو من مواقع التواصل الاجتماعي ذات التخصص بالأعمال وتسهيل تواصل من يعملون بمجالات مختلفة عبر هذا الموقع، فهو للاتصال المحترف بين من يعملون في قطاعات مختلفة أو ضمن القطاع نفسه أو ضمن المؤسسة نفسها. وقد تم إنشاء هذا الموقع من قبل (ريد هوفمان) من حجرة الجلوس في بيته، وتم إطلاق هذا الموقع من قبل شركته في عام 2003 للعام في كاليفورنيا، وقد اشترك في عامه الأول 4500 شخص كونوا شبكة المعارف من المحترفين بمجال الأعمال، وقد تطور الموقع وزاد من خدماته ليصبح من أوائل المواقع للتعرف المحترف، بل من أهم مواقع التوظيف على شبكة الانترنت، وأصبح عدد المشتركين ببداية شهر أوت 2011، يقدر بحوالي 120 مليون مشترك عبر 200 دولة حول العالم. ليصبح أكبر شبكة تعارف للأعمال عبر التاريخ الحديث¹.

ومن أهم مميزاته²:

-خلق هوية محترفة: فعند الاشتراك بهذا الموقع ستقوم بتسجيل بياناتك الشخصية والمهنية كالدراصة، سنوات الخبرة العملية، الشهادات المهنية، وغيرها من الأمور التي ستبرزك كشخص محترف ممكن الاعتماد عليه في عالم الأعمال وتعطيك هوية محترفة تدعمك على الانترنت وتعرف بك، بل بالمعلومات المناسبة قد تبرز كخبير ضمن مجالك هذا.

- توفير منصة تطبيقات خاصة: فالموقع يوفر منصة داعمة تسمح لك بإضافة تطبيقات داعمة للأعمال.

-المجموعات: يمكنك إنشاء مجموعات ضمن شبكة المشتركين.

-قوائم الوظائف: حيث يمكن الموقع للمستخدمين البحث عن الشركات التي قد تكون مناسبة لهم للعمل بها.

¹ - زكي وليد، نظرية الشبكات الاجتماعية: من الايديولوجيا إلى الميثولوجيا، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مارس، 2012، ص32.

² - المرجع نفسه، ص33.

- التسويق: يمكنك تسويق شركتك أو مدونتك الخاصة من خلال ارسال رسالة لمجموعتك أو المهتمين.
- التبويب في محركات البحث: تستطيع أن تضيف صفحة ملفك الشخصي إلى عناوين محركات البحث: "جوجل..".

3.3.2 بعض المواقع الأخرى والتطبيقات المتعلقة بالشبكات :

- موقع فراندستر Friendster: يعتبر وسيلة للتعارف وتكوين الصداقات بين فئات مختلفة من الأفراد¹.
- موقع ماي سبيس My Space: ظهر بداية عام 2003، وهو من أوائل المواقع الاجتماعية الالكترونية المفتوحة التي حظيت ولا تزال تحظى باستخدام عالمي واسع².
- تطبيق السكايب Skype: يمكن البرنامج مستخدميه من الاتصال صوتيا ومرئيا بشكل مجاني، ويمكن أيضا الاتصال من خلاله على هاتف أرضي أو محمول ولكن مقابل رسوم تعتبر أقل من الطرق العادية للاتصال، ووصل عدد مستخدميه عام 2011 حوالي 663 مليون مشترك³.
- تطبيق الفاير Viber: هو تطبيق يعمل على الهواتف الذكية متعدد المنصات ، يتيح للمستخدمين المراسلة الفورية وإجراء مكالمات هاتفية مجانية وإرسال رسائل (نصية، صور، فيديو، صوت) بشكل مجاني إلى أي شخص لديه هذا البرنامج، وهو من تطوير شركة فاير ميديا يعمل على الشبكات الخلوية، والشبكات اللاسلكية واي-فاي على حد سواء. يتوفر البرنامج بـ 10 لغات من بينها اللغة العربية⁴.
- تطبيق الانستغرام Instagram: هو تطبيق مجاني لتبادل الصور، أطلق في أكتوبر عام، 2010 يتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة إنستغرام نفسها⁵.
- خدمة آر إس إس RSS: طورت هذه الخدمة من أجل دعم وسائل ومواقع التواصل الاجتماعي كافة، فهي شبكة من وسائل تغذية المعلومات حيث تستخدم لنشر التحديثات التي تحصل على المواقع الاخبارية أو المدونات الالكترونية أو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك و...، وايصالها للمستخدمين بهذه الخدمة سواء مباشرة عبر موقع يدعم هذه الخدمة مثل موقع RSS.com أو بواسطة المواقع والمدونات الالكترونية المشترك بالأصل فيها والتي تقدمها كخدمة إضافية⁶.

¹ - حلمي ساري، مرجع سبق ذكره، ص95.

² - المرجع نفسه، ص95.

³ - خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص 52.

⁴ - <https://ar.wikipedia.org/wiki/فاير> . 12/10/2016, 13 : 00 .

⁵ - <https://ar.wikipedia.org/wiki/انستغرام> . 12/10/2016, 13 : 15 .

⁶ - خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص 54.

3. الأطر النظرية المفسرة لوسائل الإعلام الجديدة:

1.3 وسائل الإعلام الجديدة في ميزان الفلسفة:

إن استقراء الفكر الفلسفي ونظريته للتكنولوجيا بصفة عامة، والثورة الرقمية بشكل خاص، أفردت لها " مجلة فلسفة الفرنسية" عددا خاصا لذلك، ومن خلال اطلعنا على محتوى هذه الأفكار الفلسفية، رأينا أهمية في سرد مساهمة الجانب المعرفي الفلسفي في تحليله لعلاقة الرقمي بالإنساني، وهذا من شأنه أن يفسر لنا بوجهة نظر فلسفية الذات الفاعلة اتصاليا ضمن هذه التحديثات التكنولوجية الحديثة، والتي تعتبر الوسائط الإعلامية الجديدة أحد إفرازاتها، وشبكات التواصل الاجتماعي أحد أشكالها. وفي هذا الصدد سنتحدث عن خمس استراتيجيات يمكن أن تساعد الإنسان المعاصر، المنخرط أو المتورط في "الثورة الرقمية"¹:

- هناك أولاً، إستراتيجية اللجوء التقني المُضاد، مع الاستشهاد باجتهادات (جون جاك روسو 1712-1778) الذي أشار في كتابه "خطاب حول العلوم والفنون"، إلى أن التقدم التقني في زمن الأنوار إياها، يحمل في طياته مخاطر الاستلاب، ولو أنه حينها، لم يكن يسمع أهل القرن الثامن عشر شيئاً عن "ثورة الاتصالات"، أو "الثورة الرقمية" وإنما تم ذلك عبر التطورات التي طالت المجال الفني، إلى درجة أنه قضى ستة أسابيع في عزلة بإحدى الجزر.

وفيما يُشبهه الإحالة على بؤس بعض الممارسات التواصلية والتفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي، يتطرق الباحث إلى نقد روسو لنفاق وتنميط ممارسات الإنسان في عصره، إلى درجة أنه أعلن عن تدمره، منتقداً "الأعداء السريين والأقوياء"، بما تسبب له في إثارة حساسية رموز الفكر في عصره.

- وهناك ثانياً إستراتيجية الثورة على الثورة الرقمية، مع الفيلسوف الفرنسي (جيلبير سيموندون 1924-1989)، ويرى أن تبني خيار الدفاع الشامل ضد الثورة التقنية غير مجدي، ويقصد بلك تقنية الدفاع عن الإنسان ضد الآلة، والزعم الانتصار لإنسانية الإنسان ضد لا إنسانية حوارزمية "لوغاريتيمات" الروبوتات، لاعتبار بدهي مفاده أن يُحمل هذه الآلات، تمت هندستها وصناعتها من قبل الإنسان، وبالتالي هناك هامش مناورة كبير لاستمرار التحكم فيها*.

¹ - Alixander Lacroix, La révolution numérique et le sort de l'homme, PHILOSOPHIE MAGAZINE ,N :102 SEPTEMBRE 2016,PP 46 -76.

*- تجدر الإشارة إلى أن العديد من الأعمال الفنية السينمائية على الخصوص، تُغوض هذه النظرية، دون الحديث عن بعض الاجتهادات التي تعج بها الدراسات الخاصة بمفهوم "ما بعد الإنسان" أو "الإنسانية البعدية".

- وهناك ثالثاً إستراتيجية التجاهل، مع التوقف عند اجتهادات المفكر (الألماني ليبنز 1646-1716)، والذي تحدث حينها، للحديث عن العين المطلقة، لأنه لم يكن المفكرون يتحدثون عن "غوغل" أو "فيسبوك"، وإنما الإله، وأن هناك عقل علوي يعلم سلفاً مصير الإنسان، ومن هنا إثارة سؤال الحرية عند الإنسان، ويرى (ليبنز) أن الحريات الإنسانية لا تتحكم فيها المعادلات الرياضية، وأن هناك هامش مناورة لدى الإنسان للتحكم في أفعاله، وأنه وحده "بعد الإله أو المتحكمين في الشبكات الرقمية"، لديه قدرة التحكم في ذلك الهامش، وبالتالي تكريس الحد الأدنى من الحرية أثناء تناول وجبة العشاء، هل سنتناول السوتشي "الياباني" أم البايا "الأندلسية"؟ أو قل، "لنكن لبينزيين" بتعبير مُحَرَّر المادة، بمعنى أن نُحُطِّط للاحتفاظ بالحد الأدنى من الحرية في زمن سطوة الثورة الرقمية على الإنسان المعاصر.

- وهناك رابعاً إستراتيجية المستوى الأمثل، حيث توقف الباحث عن عدة مزايا الثورة الرقمية في الحياة اليومية، وشبه مؤكداً "الأول وهلة" أنها مزايا لا تعادي الأخلاق مثلاً، مادامت تساعدنا على التقليل من تعقيدات الحياة، وهذا عين ما توقف عنده الفيلسوف البريطاني (جون ستيوارت ميل 1806-1873)، أحد رموز النزعة النفعية، ويرى أن مبدأ السعادة الكبرى، تتقاطع مع جوهر الأخلاق، وخاصة الأخلاق الفردية، مضيفاً أن الأخلاق النفعية لا تدعو إلى تحقيق السعادة القصوى من خلال المال، وإنما تراكم أكبر عدد من السعادة هنا وهناك، ويضرب مُحَرَّر المادة مثلاً معاصراً، فمتصفح الإنترنت المهتم، سيكون معنياً بإفادة باقي المتصفحين من مزايا تطبيق يرى أنه يُفيد هؤلاء. كما أن العمل الشبكي الرقمي، يساعدنا على تقديم المساعدات وعلى التضامن وتبادل المعلومات، وتكريس أخلاق التطوع حتى نصل إلى نوع من التوفيق والجمع بين سعادة الفرد وسعادة الكل. قبل أن يُنهي الباحث تفاعله مع اجتهادات ميل بالسؤال التالي: لكن هل يتطلب تحقيق كل هذه الفضائل، التضحية بالحياة الخاصة؟

- وأخيراً، هناك إستراتيجية التحكم في الذات، وتنطلق من مُسلمة أو قل، واقع لا يرتفع: "نحن مراقبون" اليوم، عبر تقنيات وآليات الثورة الرقمية، وبما أن الأمر كذلك، من المهم التعامل بِحَذَرٍ مع العالم الرقمي، عبر تفادي نشر المعطيات الشخصية، وعدم نشر الصور العائلية، وحُسن اختيار الأصدقاء، والانفصال عن العالم الرقمي في الوقت المناسب، وعدم الإبقاء على التواصل بشكل مستمر، وغيرها من المبادرات التي تجعلنا من أتباع الكاتب الإسباني (بالتزار غراسيان 1601-1658)، والذي حرَّر أحد أهم الكتب المخصصة لسؤال الذات: "إنسان الباحة"، منتصراً للهاجس الفني في تهذيب النفس البشرية، ولكن عبر الانتصار لهاجس الحيلة، لأنه يستحيل على الإنسان الظفر بالكمال، ومعتبراً أنه عبر الحيلة، يمكن أن يُحسن من أداء وتفاعله، حيث يرى مثلاً أن "الصمت هو ضريح الحذر"، وأنه أحياناً، تصبح الصراحة، الملجأ الأخير، ولكن بعد معرفة الطيبين من أجل مرافقتهم والاستفادة منهم، مقابل معرفة الأشرار لأخذ مسافة عنهم.

2.3 وسائل الإعلام الجديدة في ضوء النظريات الاتصالية الكلاسيكية :

إن البحث في الميديا الجديدة لم يكن سوى امتدادا للتراث الكبير المعروف في بحوث الإعلام التقليدية، وهنا يجب التأكيد على أن تفسير طبيعة وتأثيرات الميديا الجديدة وفقا للأطر النظرية للإعلام التقليدي يبدو ممكنا، غير أنه يحتاج إلى تطوير وتطعيم بأطر جديدة، وذلك بالنظر للطابع الخاص لهذه الظاهرة والمختلف إلى حد ما عن الوسائط التقليدية كالتلفزيون والصحف والإذاعات. من هذا المنطلق، فإن الأطر النظرية التقليدية تقبل كإطار عام لتفسير ظاهرة الميديا الجديدة، غير أنه كانت هناك حاجة لتطوير نماذج جديدة للنجاح بشكل أفضل في تفسير الظاهرة.

يعتبر (دينيس ماكويل)- أحد أشهر منظري الإعلام في العالم، في كتابه الشهير "نظريات الإعلام" في طبعته السادسة الصادرة عام 2010 - بأن ثمة تطورات هائلة في ممارسة الاتصال من خلال الميديا الجديدة، وهذه التطورات تستدعي الانتقال إلى مرحلة جديدة في التنظير، حيث خصص فصلا كاملا في هذا الكتاب معنونا بـ"هل هي نهاية الإعلام الجماهيري التقليدي" للحدث عن هذا الموضوع، قائلا بأن ثمة حاجة ملحة لتقديم أفكار أكثر عمقا لفهم الميديا الجديدة وبأن النظريات الحالية المتمحورة حول مفهوم "الوسيط medium" غير كافية¹.

ويؤكد كل من (كيم سونغ تاي ودافيد ويفر) هذه الحاجة للتطوير بالقول بأن نظريات الميديا التقليدية يجب أن يعاد صياغتها لتتلاءم والمعطيات الجديدة لتمدد شبكة الإنترنت في الحياة الاجتماعية، وإعادة الصياغة يجب أن تشمل كذلك أدوات البحث الإمبريقي والتأويلي، وكذلك إجراء مقارنات بين النظريات لاختيار الأنسب منها لتفسير التغيرات الجسيمة التي أفرزتها الميديا الجديدة².

فقد بقيت التيارات النظرية التقليدية شائعة إلى حد ما في إطار دراسات الميديا الجديدة، حيث دعى البعض وعلى رأسهم الباحث الفرنسي الشهير (دومينيك فولتون) إلى إدراج التنظير لآثار شبكة الإنترنت ضمن مختلف النظريات التقليدية لأنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تنفصل الميديا الجديدة عن مسيرة تطور ظاهرة التواصل الإنساني في مختلف تجلياته³.

وقد كان هذا التراث النظري التقليدي المستمد أصلا من جملة من أهم التيارات البحثية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، من دراسات وسائل الإعلام إلى الإثنوغرافيا إلى الاقتصاد والاقتصاد السياسي إلى علم الجمال وتحليل

¹ - Denis McQuail, mass communication theory. 2010. P.467.

² - Kim Sung Tae & David Weaver, Communication Research About the Internet: A Thematic Meta-analysis. New Media & Society, Vol 4, No 4, P 521.

³ - Dominique Wolton, Internet et après? Une théorie critique des nouveaux médias, Flammarion, Paris, 1999, P 31.

الخطاب ودراسات الجمهور... هكذا كانت محاولات مجموعة من الباحثين للاستمرار في الاعتماد على بعض النظريات القديمة وتكييفها لتكون أكثر صلاحية للتفسير، وبالتأكيد فإنه لن تكون هناك نظرية تقليدية تمتلك كفاءة عالية في التنظير للظاهرة بقدر نظرية الحتمية التكنولوجية للناقد الأدبي الكندي مارشال ماكلوهان، وهي النظرية التي حاول من خلالها أن يقدم قراءات استشرافية لعالم المستقبل الذي ستصنعه الميديا الجديدة، وفي مقدمتها شبكة الإنترنت وقدراتها على تقريب الأفراد بواسطة فعل "التشبيك". لتوضيح الرؤية جيدا، يجب أن نتذكر بأن ماكلوهان كان يرى في التلفزيون بداية جادة للتحويل نحو القرية الكونية، غير أنه كان بالمقابل يشدد على أن النمو سريع الوتيرة للوسائط الرقمية سيجعل من هذه القرية أمرا واقعا¹.

وتعتبر الرؤية الاتصالية "النظرية المعلومات"، رؤية موازية لوجهة النظر السبيرانية، بل هي امتداد لها في الكثير من المتغيرات المفاهيمية، فترتبط هذه النظرية بكتاب " النظرية الرياضية للاتصال" الذي صدر لمؤلفيه (كلود شانون) و(وارن ويفر) - منسق الأبحاث في مختبرات بيل - عام 1949، غير أن الكتاب المشترك سبقه مجهود فردي (لكلود شانون) بنشره لدراسة علمية تحمل عنوان: " النظرية الرياضية للاتصال"، ضمن منشورات مختبرات "بيل"، تلك الدراسة هي التي ستتحول إلى الكتاب سالف الذكر، بعد أن أضاف إليها "وارن ويفر" شروحاته وتوضيحاته².

تمثل نظرية "المعلومات" خلاصة أبحاث (شانون) في الاتصالات التلغرافية العسكرية، وذلك في مكتب البحث العلمي والتنمية الذي يتأسسه عالم الرياضيات (ويفر)، ولم يكن (شانون) الوحيد الذي انشغل بمجال الاتصال، بل كان ذلك المجال يحظى بأهمية قصوى نتيجة لأجواء الحرب العالمية، لكن أعماله انطلق من أن مشكلة الاتصال تكمن تحديدا في: "إعادة إنتاج، من نقطة محددة بدقة أو تقريبا، رسالة ما مختارة، إلى نقطة أخرى"³. هذا المسار الخطي لعملية الاتصال يتعارض حتما مع النموذج الدائري الذي يظهر في التواصل عبر الوسائط الإعلامية الجديدة.

لكن تكمن أهمية هذا المنظور في تركيزها على التقنية والجانب الواسطي في العملية الاتصال، وهذا يظهر بوضوح في مفاهيم النظرية كا "تشويش" و "الفقد"، وهي كلها مفاهيم تعطي أهمية لتقانة الاتصال، وطبع العملية الاتصالية بطابع مادي، وهي العلاقة التي نراها اليوم في علاقة الانسان بوسائل الاتصال. وهذا يجلبنا إلى الاختلاف

¹ -John Hartley, Jean Burgess & Axel Bruns, A companion to new media dynamics, Wiley Blackwell, London, 2013, P 15.

² - Shannon Claude, Weaver Warren, The mathematical theory of communication, Urbana, Illinois, university of Illinois press, 1994, pp12-15.

³ - Ibid, p379.

الواضح بين خطية الاتصال في "نظرية المعلومات" ودائرته في "السيبرانية"، الذي يظهر في رفض مدرسة "بالو ألتو" نموذج "شانون" وتبنت عوضه النموذج الدائري السيبراني لـ "نوربرت فاينر"¹.

ويمكن على العموم تصنيف نظرية ماكلوهان على مقربة من مختلف النظريات الوظيفية التي ترحب بالظاهرة، وإن كانت نبوءات الناقد الكندي ثنائية القيمة، فهي من جهة تؤكد على الدور الحاسم للميديا الجديدة وقدرتها على تحويل العالم المترامي الأطراف إلى قرية صغيرة وإن كانت في المقابل تطرح أسئلة حرجة عن مصير الإنسان في المستقبل، على خلاف النظريات الوظيفية التي تولي كامل اهتمامها للبحث في الوظائف والأدوار التي تلعبها الميديا الجديدة في المجتمع، وهي على كل حال نفس الوظائف تقريبا التي يقوم بها الإعلام التقليدي.

وفي هذا الشأن، يستند الكثير من الباحثين إلى الإطار النظري الوظيفي الذي يقترحه (هارولد لاسويل)، والذي يجمع الوظائف التقليدية ممثلة في وظيفة الإخبار والربط بالبيئة، الوظيفة التجارية، وظيفة الترفيه، وظيفة مواكبة التحولات المجتمعية ووظيفة الضبط والرقابة التي يرى فيها أغلب الباحثين إنجازا نظريا يشترك فيه كل من (جيريمي بنتام وميشال فوكو)، ولا يزال هذا الإطار النظري في نظر الكثيرين صالحا جدا لتفسير ظاهرة الميديا الجديدة التي لا تختلف كثيرا في نظرهم عن الإعلام التقليدي من حيث الغايات والمنتديات داخل الحياة الاجتماعية على الرغم من الاختلاف في الممارسات. وفي مقابل النظريات الوظيفية التقليدية، اتسعت رقعة التيار النقدي في مجال دراسات الإعلام بسبب ظاهرة الميديا الجديدة بدورها، وفي هذا الصدد ترفع بعض الدراسات شعارا جديدا للنظرية أطلقت عليه اسم "النظرية النقدية 2.0" في إحالة إلى تقنية الويب 2.0 التي تقوم عليها مختلف تطبيقات الميديا الجديدة².

3.3 نظريات وسائط الإعلام الجديدة :

في هذا الشأن يمكن أن نقسم النظريات التي اهتمت بظاهرة الوسائط الإعلامية الجديدة، إلى مجموعة من الفئات يمكن سردها على النحو التالي: نظريات عامة، نظريات تهتم بفهم خصائص وسائط الإعلام الجديدة، نظريات تهتم بتحليل الاعتماد المتبادل بن الأفراد في المجتمع الشبكي الذي أفرزته وسائط الإعلام الجديدة، وأخيرا تنظير (كاستلز) للمجتمع الشبكي. ويمكن شرح هذه النظريات بطريقة موجزة على النحو التالي:

¹ - Winkin Yves, La Nouvelle communication, Edition du Seuil, Paris, 1984, p13.

² - Paul Taylor, Critical theory 2.0 and im/materiality, The bug in the machinic flows, Interactions: Studies in Communication & Culture. Vol 1. No 1. 2009. PP 93-110.

1.3.3 النظريات العامة:

➤ نظرية التلاقي أو الدمج **Convergence theory** :

تعتبر هذه النظرية من بين أهم الأطر المستحدثة التي تسعى لتقديم فهم كامل ومخطط لظاهرة الميديا الجديدة، وهي عبارة عن خلاصة لأهم إسهامات (هنري جينكتر وجون بافليك وفريديريك كيتلر) الذين يعدون حاليا من أبرز منظري هذه الظاهرة. ويدور محتوى النظرية حول جملة من الافتراضات الرئيسية أهمها أن هناك تغييرات جسيمة تحدثها تكنولوجيات الإعلام الجديدة على طبيعة التواصل البشري من حيث طرق التواصل وكافة أوجه الحياة¹.

ويقدم (جينكتر) المفاهيم الرئيسة للنظرية وهي ثلاث: التلاقي أو الدمج، convergence ثقافة collective intelligence، والذكاء الجماعي participatory culture المشاركة والمقصود بالتلاقي بحسبه هو التدفق المتداخل لمختلف أنواع المحتويات التي تقدمها مختلف تطبيقات الميديا الجديدة: النصوص، الفيديوهات، الصور... وكذا مختلف أنشطة الجماهير التي أصبحت لها القدرة على إنتاج وانتقاء المحتويات. ويصف (جينكتر) هذا التداخل بالنظام الشامل للميديا الجديدة. ومن أجل أن يتشكل هذا النظام كما ينبغي، فإن المشاركة الفاعلة للجماهير في إنتاج المحتويات تشكل الرابط الأساسي، بحيث تتداخل الأدوار بين حراس البوابة القدم والجماهير وتصبح هذه الأخيرة تلعب نفس دور هؤلاء الحراس في مقابل دورها السليبي السابق. هنا يسمى (جينكتر) هذا الدور بثقافة المشاركة، وهي في رأيه أكثر من مجرد عملية تكنولوجية وإنما تتضمن أبعادا اجتماعية وسياسية².

من هذا المنطلق، تصبح الميديا الجديدة بمثابة منتج يجري استهلاكه غير عمليات جماعية تتم وفقا لقواعد منتظمة قائمة بالأساس على التبادل الواعي والانتقائي للمواضيع من قبل الجماهير نفسها، ويشير (جينكتر) إلى أن هذا التفاعل الحثيث بين الجماهير هو ما يعطي للميديا الجديدة قوتها في مواجهة الإعلام التقليدي القائم على مركزية الانتقاء. من بين المفاهيم الرئيسة التي انجرت عن هذا التصور للذكاء الاجتماعي نذكر مفهوم "التعبئة" الذي لوحظ بشكل حثيث أثناء ما سمي بـ"ثورات الربيع

¹ - Henry Jenkins, Convergence Culture: Where old and new media collide, The New York University Press, New York, 2006, P241.

² - Ibid, p p 4 – 6.

شبكات التواصل الاجتماعي..قراءة قيمة ثقافية
العربي"، حيث كانت الجماهير تقود المظاهرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أثار العديد
من التساؤلات.

➤ نظرية الرقمنة:

تشارك هذه النظرية إلى حد ما مع نظرية التلاقي أو الدمج من حيث نظرتها إلى التداخل بين مختلف أنواع المحتويات التي كانت إلى حد ما مفصولة في الإعلام التقليدي، حيث تشكل الإنترنت بحسب (فريديريك كيتلر) "قاعدة platform" شاملة لمختلف أنواع المواد الإعلامية، غير أن هذه النظرية تهتم أكثر بالجانب التقني والإدراكي للعالم وتأثيره على حساب الجانب الثقافي الذي أولاه (جينكتر) اهتماما أكبر، حيث تعتبر أعمال كيتلر استكمالا معلنا لأعمال مارشال ماكلوهان ولكن بنزعة معايشة للتكنولوجيات الحديثة للإعلام القائمة على الإنترنت والتشبيك.

ويقدم (كيتلر) مفهوم "نشوة الجهاز Hardware euphoria" كمحور رئيسي لنظريته، وهو يعادل في منظوره مفهوم الحتمية التكنولوجية عند ماكلوهان، ويفسر هذا المفهوم بتقديم تفسير تاريخي لتطور الاتصال عند الإنسان مختلف عن ذلك الذي قدمه ماكلوهان، فالأهم برأيه أن الإنسان لم ينتقل من تعلم الهجاء إلى الطباعة إلى الاتصال الإلكتروني، وإنما هناك نقطة فاصلة في تاريخ البشرية وهي اكتشاف التماثل analogy، واختراع الهاتف ومسجل الصوت والمذياع والسينما والتلفزيون مكن الإنسان من الانتقال إلى طور يحتك فيه مباشرة مع محتويات يدركها بالسمع أو بالبصر، ونهاية هذا الانتقال كانت من خلال الرقمنة digitalization التي أضحت تجمع القدرة على مماثلة الصوت أو الصورة¹.

لقد مكنت الميديا الجديدة ممثلة في كل الوسائط الرقمية من اختزال حقائق الواقع في شكل رموز رقمية، وهذا ما يفسر بحسبه النشوة الكبيرة التي يحسها الناس في التعامل مع هذه الوسائط، لأنها أصبحت تشكل بديلا لإنتاج، تخزين وتعاطي الواقع.

➤ نظرية الذات الثانية Second self theory :

من ناحية الفرض العام، تقترب نظرية الذات الثانية لصاحبيتها (شيربي توركل) من نظرية الرقمنة، حيث تفترض بأن ثمة اعتمادا كبيرا للناس على وسائط الميديا الجديدة في مختلف مناحي الحياة، غير أن ثمة فرقا جوهريا هنا، فإذا

¹-Friederich Kittler, Gramophone, film, and typewriter, Stanford University Press, Stanford, 1999,P 63.

كان (كيتلر) يرى بأن الناس يرتبطون بالميديا الجديدة لأنها تجسيد للواقع بشكل متماثل، فإن (توركل) ترى بأن ما يوجد في الميديا الجديدة ليس سوى نمطا ثانيا من الحياة يتقمص فيها الناس ما تسميه "ذاتا ثانية" أو "ذواتا ثانية". ووفقا لتصورها، تقول (توركل) بأن الناس يجدون في الميديا الجديدة فضاء لممارسة هويتها بحرية أكبر بعيدا عن تلك التي يفرضها التفاعل في التواصل اليومي، وقد مكنت الميديا الجديدة الناس بفضل مميزات التقنية والاجتماعية من أن يلعبوا أدوارا عديدة تؤسس لذوات جديدة¹.

وتشبه (توركل) ما يحدث أثناء التعاطي مع الميديا الجديدة بسيناريو فيلم يكتبه الجمهور بحيث يسند لنفسه دور الكاتب، المخرج، البطل، الشرير... بحيث يتقمص كل هذه الأدوار بحرية تامة، وهو أمر لا يمكن أن يحدث ضمن نمط الاتصال اليومي الذي يلعب فيه الفرد دورا محددًا.

➤ نظرية الكبسة الواحدة One click theory

تشكل هذه النظرية النظرة المستجدة للجمهور التي كان (راسل نيومان) وآخرون يسمونها بـ"الجمهور المفتتة والسلبية" لما يتعلق الأمر بالإعلام التقليدي، حيث تغيرت موازين القوى بفضل "السمة التحررية" للميديا الجديدة، والتي تعني بأن الجماهير أصبحت أكثر نشاطا وقدرة على صناعة المحتويات أو على الأقل الاختيار بين المحتويات المعروضة عليها. وتشير (آنا أيفرت وجون كالدويل) إلى أن الخصائص التي تفرزها المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث المدججة فيهما تسمح للجمهور بالوصول إلى أي محتوى عن طريق كبسة زر واحدة، وذلك بدلا من التعرض لمحتويات معينة كانت مفروضة ضمن نطاق الإعلام التقليدي².

ويضيف الباحثان بأن هذه النظرية تعتبر مفتاحا رئيسيا لفهم مجمل طرق إنتاج واستهلاك المواد والخطابات المتناقلة عبر الميديا الجديدة، وذلك بفضل جملة من المفاهيم الرئيسية على غرار المشاركة، الانتقاء، التفاعلية، التخصيص³.

ويعتبر كل من (جون هارتلي، جون بورغس وأكسل برونز) بأن هذه النظرية القائمة على الجمهور النشط، والمستعدة أصلا من أعمال (هنري جينكتر)، اكتسبت قوة كبيرة بفضل الدراسات حول السينما والفيلم في سنوات الثمانينيات، والتي بينت بأن الجماهير لها فعالية كبيرة جدا في تحديد الأفلام الأكثر نجاحا من خلال إتاحة الفرصة لها في الاختيار، غير أن الدخول القوي لشبكة الإنترنت في الحياة الاجتماعية قلب كل شيء رأسا على عقب وحول

¹ - Sherry Turkle, Who am we ?. *Wired*, New York, January 1996, P 149.

² - Anna Everett & John Caldwell, *New media theories and practices of digitextuality*, Routledge, New York, 2003, P 5.

³ - *Ibid*, p14.

الجماهير من الاختيار إلى صناعة المحتويات، حيث أصبحت الفيديوهات التي تعرضها الجماهير على مواقع مثل "يوتوب" أو "دايلي موشن" تحظى بنسب متابعة أكثر من تلك التي تنتجها هوليوود¹.

2.3.3 نظريات تهتم بفهم خصائص وسائط الإعلام الجديدة:

➤ **نظرية (نيغروبونتي Negroponte)** : وهي محاولة تصف ميزات الاعلام الجديد وماينفرد به من خصائص².

➤ **نظرية (كروسبي Crosbie, V)** : وهي محاولة يعقد من خلالها (كروسبي) مقارنة بين خصائص الاعلام الجديد وكل من خصائص الاتصال الشخصي والجماهيري، ولم تفعل هذه المحاولة أكثر من ذلك³.

➤ **نظرية (ريتشارد ديفيس Davis, R)** و **(ديانا أوين Owen, D)** : وهي محاولة يطرح هذان الباحثان رؤيتهما لأنواع الاعلام الجديد لتمييزه عن الاعلام القديم. وهنا يضع التصنيف الآتي: إعلام جديد بالتكنولوجيا القديمة، وإعلام جديد بتكنولوجيا جديدة، إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة⁴.

➤ **نظرية (مونوفيتش Manovich)** : تعد هذه المحاولة أكثر تماسكا في فهمها للاعلام الجديد من المحاولات السابقة، ففيها يؤكد (مونوفيتش) على أن فهم الاعلام الجديد يتطلب أن ننظر إليه برؤية مختلفة عن رؤيتنا للاعلام السائد الذي يحدده استخدام الكمبيوتر في توزيع المعلومات وعرضها.

وفي هذا الصدد نجد (مونوفيتش) يحدد خمسة حالات للاعلام الجديد: حالة التمثيل العددي، وحالة الانتقال، وحالة الأتمتة، والقابلية للتغيير، ثم الترميز التلقائي⁵.

➤ **نظرية (بافلک Pavlik)**: يرى هذا الباحث أن الاعلام الجديد غير حياة الناس بشكل كبير، وغير أنماط معيشتهم وطرق تواصلهم، ولا بد من وجود " خارطة طريق " أو إطار مفاهيمي – على حد تعبيره- لفهم أبعاد تكنولوجيا الاعلام الجديد وآثارها. ولعل أهم أداة من ادوات رسم " خارطة الطريق " في رأيه، هو فهم وظائف الاعلام الجديد بعناصره المختلفة، أي من حيث : الانتاج، والتوزيع، والعرض، والتخزين ويقدم (بافلک) في هذه المحاولة شرحا مفصلا لكل عنصر من هذه العناصر⁶.

1 – John Hartley, Jean Burgess & Axel Bruns, A companion to new media dynamics, Wiley Blackwell, London, 2013, P 15.

² صادق عباس، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص 21.

³ المرجع نفسه، ص 22.

⁴ المرجع نفسه، ص 23.

⁵ البياتي، الإعلام الجديد: الحرية والفضى والثورات، هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام، الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص 33.

⁶ المرجع نفسه، ص 34.

➤ **نظرية (فيدلر Fidler):** وهي محاولة جادة ورسينة يقدم فيها الباحث تحليلا لفهم الاعلام الجديد وتأثيراته في المجتمعات المعاصرة متبينا وجهة النظر التي طرحها الباحثان (إيفرت روجرز،Rogers، وبول سافو P,Saffo) حول الأساليب التي يلجأ إليها الأفراد في تبنيهم للأفكار المستحدثة أو الجديدة من أجل فهم طبيعة الإعلام الجديد فالأفكار الجديدة كما يقول، تأخذ وقتا طويلا حتى تعم وتنتشر داخل البناء الاجتماعي ليتم تمثيلها واستيعابها بين الأفراد. ويحدد (فيدلر) جملة من المبادئ الأساسية لعملية التغيير الجذري التي تتم لوسائل الاتصال القائمة في المجتمع: التعايش بين الأشكال القديمة لوسائل الاتصال والأشكال الجديدة، تغيير جذري متدرج للأشكال الإعلامية من القديمة إلى الحديثة، انتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة بين بعضها البعض، بقاء أشكال إعلامية في بيئات متغيرة، ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني وسائل الإعلام الجديدة، حالة التأخر في تبني المفهوم ثم التبني الواسع والانتشار الكبير للوسائل الجديدة، وتمثلها داخل المجتمع. ويرى (فيدلر) أن عملية التغيير الجذري لوسائل الاتصال تأخذ حوالي 30 سنة حتى تعم وتنتشر وتصبح جزءا من ثقافة المجتمع، ونمطا من أنماط تواصله الاجتماعي. إن أهم ثلاثة أدوات التغيير الجذري في مستحدثات الإعلام الجديد في مراحل تطور الاتصال الإنساني وفقا لرؤية (فيدلر) هي: اللغة المنطوقة، واللغة المكتوبة، واللغة الرقمية. التي مكنت الإنسان من عملية الاتصال بينه وبين الآلة¹.

3.3.3 نظريات تهتم بتحليل الاعتماد المتبادل بين الأفراد في المجتمع الشبكي:

يقدم (ديفيد سيجيل) تحليلا لفهم المجتمع الشبكي ينصب على مفهوم الاعتماد المتبادل بين الأفراد في المجتمع الشبكي باعتباره أهم مقومات المجتمع الشبكي، ويستند هذا التحليل على النقاط التالية²:

- يلعب الاعتماد المتبادل دورا أساسيا في تبادل المعلومات بين الأفراد والجماعات التي تتواصل عبر الشبكات.
- تؤثر المعلومات والمعارف التي يتبادلها الأفراد والجماعات على الاعتقادات والقرارات وحتى الاحتياجات.
- تتصف العلاقات عبر الشبكات الاجتماعية بالديناميكية والحيوية، فقد تفتت أحيانا وتقوى أحيانا أخرى.
- إن تشكل الاعتماد المتبادل يكون بحسب قوة الروابط بين الأفراد والجماعات.
- تتفاوت قوة الروابط باختلاف دوافع استخدام الأفراد والجماعات للشبكات الاجتماعية.

¹ - المرجع نفسه، ص35.

² - Siegel,D,Social Networks and Collective Action,American Psychological as sociation,Vol29,No9 September,p12.

- تعتمد فاعلية الاعتماد المتبادل على مدى قوة الروابط بين الأفراد والجماعات وعلى مدى تشابه اهتماماتهم.

4.3.3 تنظير (كاستلز) للمجتمع الشبكي:

رغم جدية المحاولات السابقة، تبقى محاولة عالم الاجتماع (كاستلز) هي الأعمق والأكثر دقة وشمولا في فهم متغيرات المجتمع الشبكي، لتفضي جهوده إلى تأسيس - على حد اجتهاده- "علم اجتماع جديد" هو "علم اجتماع الفضاء المعلوماتي": "علم يهتم بدراسة أنساق التواصل وأشكاله وخصائصه في المجتمع الشبكي وتحليلها تحليلا شاملا". وترجع أهمية نظرية (كاستلز) في الحقيقة، إلى تأكيده على الدور المحوري الذي يقوم به الانترنت في المجتمعات المعاصرة، إذ يرى أن السمات الفريدة لهذه الوسيلة الاتصالية تجعل منه أعظم منجزات الثورة التكنولوجية في عالم التواصل الاجتماعي. فهناك علاقة وثيقة وقوية - كما يرى - بين ثورة المعلومات الكبرى المتجسدة في البث الفضائي عن طريق الأقمار الصناعية وشبكة الانترنت، ذلك أن هذه الثورة عملت على تعميق التحليلات الاقتصادية والثقافية والسياسية والاتصالية للعولمة¹.

وفي هذا الصدد يقدم (كاستلز) مجموعة مسلماته التي يتبناها في منظوره، والتي تتضح من خلال قراءة مجلده الضخم التي قام بتأليفها "المجتمع الشبكي 1996"، "قوة الهوية 1997"، "نهاية الألفية 1998"، والتي يمكن إجمالها في تبيانها لخصائص المجتمع الشبكي، وتحليلات الهوية الافتراضية، وكيف لهذا المجتمع الجديد أن يمارس العولمة بكل أبعادها².

¹- Castells,M,The Rise Of Network Society,The Information Age :E S And C,Vol1,Blackwell Pub,Oxford,p64.

²- Stalder,F, Castels, John Willey And Sons Ltd,polity Books, UK ,2006,p11.

2. الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي: قراءة في التمثلات، الاستخدامات، والتأثيرات:

1. تمثلات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

1.1 تمثلات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيلة:

تشير الكثير من الدلائل إلى أن رؤية الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، تختلف عن تمثل الكبار لهذه الوسائط في الكثير من النواحي. إذ يؤكد بعض الباحثين أنه: "إذا سألت أحدا من جيل الانترنت عن التكنولوجيا التي يستخدمها، فإنه غالبا ما يحدق فيك باستغراب، ذلك أنه لا يفكر بالتكنولوجيا بحد ذاتها، بقدر ما يركز على الأنشطة التي تمكنه من أدائها"¹. كما أن هذا الجيل ليس ميالا إلى الانبهار بتجديدات عصره، أو الدخول في مقارنات بين زمنه وزمن ما قبل الانترنت الذي يملك عنه قليل من المعرفة. ولهذا فإن فعل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لا يبدو، في حد ذاته، غريبا عليه، بل إنه فعل روتيني، وربما مبتذل².

وتستخدم هذه الفئة هذه الشبكات لأغراض اجتماعية، وهي بذلك لا تختلف عن سابقتها من الأجيال في علاقتهم بتكنولوجيا عصرهم بصفة عامة. فأفرادها يتواصلون مع الفاعلين الآخرين عبر الرسائل النصية، أو الصوتية والمرئية، ويقومون بتطويع اللغة واختصارها في الكثير من الرموز التي تظل مبهمة بالنسبة للآخرين للتأكيد على هوياتهم الجماعية. ويعبرون عن همومهم من خلال المدونات والفايسبوك واليوتوب و...، ويتفننون في إدارة حضورهم الرقمي، من خلال مواقع هذه الشبكات الاجتماعية، للحصول على تسمين أقرانهم³.

إضافة إلى ذلك، نجد أنه على عكس الصور النمطية الشائعة عن افتتان الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي، فإن هذه الشبكات لا تشكل النشاط الأكثر تحميذا لدى الكثير من أفراد هذه الفئة بل توفر لهم بديلا عن أنشطة كانوا يرغبون في القيام بها. ففي دراسة مسحية حول استخدام الوسائط الاعلامية من طرف الشباب البريطاني الذين تتراوح أعمارهم ما بين 6 - 17 سنة. أظهرت النتائج أن غالبية الباحثين أشاروا إلى أنهم يفضلون الذهاب بمشاهدة فيلم أو القيام بشيء ما برفقة أصدقائهم بدل المكوث في البيت ومتابعة وسائل الاعلام، وقد اشتكى هؤلاء من نقص الأنشطة كما وكيفا، التي توفرها لهم الأحياء التي يقطنون بها. بالتوازي مع ذلك، فإن خوف الآباء يزداد من تعرض أبنائهم للخطر خاصة في المناطق الحضرية وهو ما أدى حسب بعض الباحثين، إلى سعي العائلات إلى خلق بيئة

1- الصادق رايح، فضاءات رقمية: قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات، دار النهضة العربية، بيروت، 2013، ص 106.

2- Herring S, Slouching Toward the Ordinary : Current Trends in Computer – M ediated Communication, New Media & Society, vol 6 n1, 2004, <http://faculty.washington.edu/thurlow/com482/herring%282004%29.pdf>.

3- الصادق رايح، مرجع سبق ذكره، ص 107.

ترفيهية وإعلامية داخل البيوت لتعويض البيئات الخارجية غير الآمنة، وتذهب (دانا بويد) إلى القول بأن فضاءات الشبكات الاجتماعية، مثل ماي سبيس، تشكل بديلا للأطر التقليدية للقاء والتفاعل، رغم التراجع الذي عرفه ماي سبيس مثلا في السنوات الأخيرة، وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية¹.

يعتبر الشباب أيضا أقل ميلا إلى تبني الحتمية التكنولوجية من الكبار، فهذه الفئة الأخيرة تنظر إلى هذه الشبكات كأداة ثورية وتتسم علاقتها معها بالخوف والرغبة، بينما تعتقد فئة الشباب أن شبكات التواصل الاجتماعي ليست حلا لمشاكلها، فالشبكات الاجتماعية لا تجعل بالضرورة العالم أفضل، بل كل ما تقوم به هو جعله أكثر فاعلية، ويشير أحد الشباب في هذا المجال: " إن الشبكات الاجتماعية في حد ذاتها، لا تشكل إلا أداة في تسريع التواصل، بالتوازي مع القيام بأغلب الأنشطة اليومية"، كما أن هذه الفئة ليست مسكونة بالخوف من هذه الشبكات، ذلك أن الشباب يملكون الكثير من المهارات التقنية، ويوظفونها بطريقة روتينية في القيام بالكثير من الأنشطة، ولديهم قدرة كبيرة على التعلم بسرعة، وبعبارة أخرى فإن شبكات التواصل الاجتماعي في خدمتهم، حيث يطوعونها لتناسب مع احتياجاتهم " لقد فزنا على هذه الوسائط الرقمية الجديدة - يقول أحد الشباب - وليس لنا أن نكون عبيدا لها، بل يجب أن نكون المتحكمين فيها للحصول على أقصى ما نريده منها"².

نلاحظ على ضوء هذا التمثل لشبكات التواصل الاجتماعي، أن وسم " جيل شبكات التواصل الاجتماعي " ومشتقاته اللغوية الأخرى، مثل جيل النت والجيل الرقمي، يجب فهمها كتعبير عن تمثلات الكبار الذين يرون في الشبكات أدوات جديدة ومؤثرة، بينما لا يرى فيها الشباب ذلك، ولا يمنحها هذه القوة كما تفعل الأجيال السابقة، وعليه فإن هذا الوسم الذي تتعدد أشكاله اللغوية، لا يحيل إلى رؤية الشباب إلى ذاته بقدر ما يعكس منظور الكبار، وكما هو الأمر في الأجيال التي سبقت، فإن الخطابات السائدة لم تكن يوما من الأيام تعبيرا عن تمثله لذاته، بقدر ما كانت تجلينا للرؤية المجتمعية والمؤسسية لمن سبقهم. وهو ما يجعلنا نستنتج، "كتحصيل حاصل"، أن شباب اليوم لا يتماهون مع سرديات الكبار حولهم وحول علاقتهم بشبكات التواصل الاجتماعي، ولا يحددون ذواتهم بالنظر لهذه الشبكات، رغم تسليمهم بالدور الهام لشبكات التواصل الاجتماعي في حياتهم.

1- Livingston,S&Moira,B,Children and Their Changing Media Environment : A European Comparative Study , Lawrence Erlbaum Associates, NJ,2001, <http://books.google.ae/books?id>.

2- Kyle,M ,Digital Media in My Life, In the 2006 Global kids Digital Media Essay.<http://olpglobalkids.org/books/book4.pdf>.

2.2 تمثلات الشباب لمحتوى شبكات التواصل الاجتماعي:

➤ الخطاب الإعلاني:

تقوم ثقافة الاستهلاك في عالمنا المعاصر بإغراق عالم الشباب بكم هائل من المنتجات الموسيقية واللعبية، ومواقع الانترنت، وهو ما يخلق إشباعا يتجاوز بكثير حاجات الشباب وبالتالي تساهم هذه السلع بتنوعها في تشكيل هوية الشباب وتمثلهم لذواتهم، ورغم أن المضامين الاعلانية تزدهم برسائل وتصورات متضاربة حول " حقيقة" الشباب وميل الرسائل الظاهرة للاعلانات إلى تهمين فئة المراهقين وما قبل المراهقين، عبر التأكيد على استقلالية شخصياتهم وقدرتهم على التمييز، ومعرفتهم بالوسائط الإعلامية، وسلوكهم الاستهلاكي المرح، فإن البعد غير الظاهر في هذا السرد التثميني، يكمن في التلاعب بفئة الشباب وتحفيزها ودفعها إلى شراء منتجات قد لا تكون في حاجة إليها، وبالتالي فإنها تساهم في بناء عواملهم وتمثلهم لذواتهم. ويؤكد أحد الباحثين هذا البعد، معتبرا أن: " قيمة الشباب في المجتمع المعاصر تكمن بالتحديد في دورهم كمستهلكين. ولذلك فإن النماذج الميتا لغوية والتوصيفات المشوهة التي تقدمها الوسائط الإعلامية الحديثة يمكن قراءتها كجهد مكثف لتحضير فئة الشباب للاستهلاك، باعتبارهم فاعلين وأهدافا في نفس الوقت. من هذا المنطلق، تعمل الوسائط الإعلامية والقائمون على التسويق على المبالغة في تفرد ثقافة الشباب وذلك بهدف تمييز الشباب كمصدر ثمين وسوق مرهبة"¹.

والحاصل انه رغم كثرة الأبحاث التسويقية للتعرف على حاجات ورغبات الشباب وتطلعاتهم الاستهلاكية عموما، فإن الكثير من أفراد هذه الفئة يعتبرون أن الاستراتيجيات التسويقية المطبقة في شبكات التواصل الاجتماعي غير فاعلة في استمالتهم. فقد كتب أحد الشباب بأن: " ثقافة الشباب التي خلقها خلقا، وتسوق لنا يوميا...هي ثقافة المسوقين. إنها ثقافة غير دقيقة، وغالبا ما تحمل نبرة سلبية، إضافة إلى كونها دائمة التغير"، وتذهب إحدى الفتيات بالولايات المتحدة الأمريكية إلى تبني نفس الموقف، فقد أكدت بعد أن طلب منها أحد الباحثين التعليق على أحد الاعلانات المبوبة في شبكات التواصل الاجتماعي وتقييم دقة الاعلانات في رسم صورة حقيقة لجيلها، أنها تشعر: "بأن المشكلة تكمن في أننا لا نملك حضورا او تمثيلا في ثقافتنا، إننا لا نخلقها ولا تمت لنا بصلة"².

ورغم هذه النظرة النقدية التي يحملها الشباب للإعلانات، فإن الكثير منهم لا يسائل القيم الضمنية التي تروج لها الإعلانات التجارية الالكترونية، فهذا النقد يبدو أنه يركز على الأشكال التقليدية للإعلان، ويعجز عن إدراك البعد التجاري في شبكات التواصل الاجتماعي مثلا، رغم أن الكثير من الشباب يقتني بعض حاجاته عبر التسوق

1- Miles,S,Consuming Youth, In Thurlow Crispin,Fabricating youth : New Media discourse and the technologization of young people, p p 228-229.

2- PSB, What Teens Think. <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/cool/teens.19/12/2016,15:00>.

الالكتروني، بعد أن عرف المسوقون كيف يتموقعون في شبكات التواصل الاجتماعي للترويج لمنتجاتهم، و يثمن الكثير من الشباب شبكات التواصل الاجتماعي على اعتبار أنها تمكنهم من الحصول على أفضل الأسعار من خلال المقارنة بينها، أو تنزيل مقطوعات موسيقية وفيديوهات مجانية، ويعتبرها البعض الآخر، خاصة الذكور أداة للتمكين الاجتماعي والانفلات من الاختيارات المحدودة التي يفرضها المسوقون الكبار¹.

عموما، يمكن القول أن هناك من الشباب من يعبرون، علانية عن رفضهم للتمثلات التجارية لجيلهم، لكن هذه النسبة تظل قليلة. في المقابل، نجد أن الكثير من الخطابات الشبابية تحتفي بشبكات التواصل الاجتماعي كفضاء يتيح الانفلات من ثقافة الاستهلاك التقليدية، وإعلاء وتثمين الذات.

➤ الخطاب الإعلامي:

يقوم الشباب في شبكات التواصل الاجتماعي، بممارسة أفعال غير مستساغة ضمن السياق الاجتماعي الواقعي، مثل الدردشة مع الغرباء، واستخدام اللغة الانترناتية، واستخدام عبارات غير لائقة، وتبادل صور مثيرة، وزيارة مواقع إباحية وذلك بهدف التمرد الاجتماعي².

وقد يأخذ هذا الرفض شكلا ظاهرا، وتمثل شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها فضاء يتيح للشباب إسماع أصواتهم، مكانا نموذجيا للتعبير عن هذا الرفض، ويعلل كثير من الشباب في السياق العربي " استخدام الرموز والأرقام ... مشيرين إلى أنها تساعدهم على الكتابة بشكل أسرع .. وأن هذه اللغة المستحدثة في التعامل بينهم لا تختصر الكلمات بالأحرف فقط بل تختصر أيضا المشاعر من خلال التعبير بالرموز العددية"، وتثمن إحدى الفتيات شبكات التواصل الاجتماعي مؤكدة " إنها عالمي الخاص الذي أستطيع أن أتكلم من خلاله مع مجموعة أصدقاء في آن واحد ولا أجد صعوبة في التعبير عن مشاعري، فكل شيء يمكن أن أتكلم فيه، لكن ضمن الحدود..."³.

ويرى بعض الشباب أن الإفراط في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي خلق أوضاعا غير صحية، إذ " رغم إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي الكبيرة إلا أنها تستنزف أيضا عقول الشباب وتسطحها عبر تدمير الأسرة، لقد قللت من الاندماج العائلي وقللت فرص الحوار بين الأب وابنه والزوج وزوجته وأبعدت الناس عن بعضها حتى كادت

1- الصادق رايح، قراءة في الرهانات الثقافية والاجتماعية للتكنولوجيات الرقمية الحديثة، مجلة الإذاعات العربية، العدد01، 2006، ص 91.

2- الصادق رايح، فضاءات رقمية قراءة في المفاهيم والمقاربات والرهانات، مرجع سبق ذكره، ص114.

3- المرجع نفسه، ص 114.

تنقطع صلة الرحم"، ويتعامل الكثير من الشباب بحذر مع الشبكات الاجتماعية. وينتقدها بعضهم الآخر دون أن يكونوا قد جربوا، بالضرورة، استخدامها¹.

وهنا يظهر أماننا الثنائية التي تطبع بعض خطابات الشباب، حيث يتعايش الاحتفاء والتخوف، وهو موقف متناقض يكشف عن مأزق أخلاقي يتمحور حول الطريقة المثلى للتعامل مع هذا النوع من الفضاءات الالكترونية، كما أنه يتضمن نوعا من التهاور بين التقييمات الايجابية، والسلبية التي يحملها الضمير الجمعي، بل إن بعض الشباب يعبرون عن موقف صارخ في تناقضهم، عندما يدعون الآخرين إلى الامتناع عن التعرض لبعض الفيديوهات وتحاشي غرف الدردشة، بينما هم يقومون بذلك.

يمكن القول إجمالاً، إن ردود أفعال الشباب على الموضوعات التي تتناول علاقتهم بشبكات التواصل الاجتماعي تميل عموماً، إلى رفض الموقف القيمي للمجتمع حول هويتهم وسلوكهم الرقمي، مع ذلك، فإن هذا الموقف ليس اجماعياً، حيث يمكن معاينة بعض أفراد هذه الفئة يتخذون موقفاً ثنائياً وربما متناقضاً من شبكات التواصل الاجتماعي، وهو أمر يمكن قراءته على أنه حرص على التوفيق بين ثلاثة متغيرات متنافرة: الصورة التي تروج لها الوسائط الإعلامية التقليدية عن عالمهم الرقمي، ومخاوف المجتمع، وتجربة الأصدقاء والأقران في هذه الشبكات، دون أن نغفل إمكانية أن يكون سبب ذلك، التجربة الشخصية للشباب أنفسهم في علاقتهم بشبكات التواصل الاجتماعي.

3.1 تمثيلات الشباب للأعمال البحثية التي تربطهم مع شبكات التواصل الاجتماعي:

إذا كانت الاستنتاجات التي يتوصل إليها الفضاء الأكاديمي، عند مقارنته لإشكالية الشباب لا يعرف عنها الشباب إلا القليل، فإن بعضها الآخر خاصة تلك التي تجد طريقها إلى الوسائط الاعلامية وشبكات التواصل الاجتماعي تحديداً تصل إلى آذان الشباب. فالتزايد الكبير في عدد المنتديات الحوارية الالكترونية، وسهولة الوصول إلى مراجعة الكتب...، يتيح للشباب علانية عن آرائهم بخصوص ما يكتبه الباحثون حولهم، ويمكن أن نشير في هذا الصدد وضمن السياقات الغربية، إلى كتابين، يتعلق الأول "بجيل النت"، ويتعرض الثاني لـ "جيل الألفية". وقد أثار الكتابان عدداً من ردود الفعل، بما في ذلك تلك التي كان مصدرها الشباب، وكما هو الشأن في علاقة الشباب

1- المرجع نفسه، ص115.

بالخطابين السابقين، فإن مواقفهم من الخطاب الأكاديمي تراوحت بين الرفض الصريح، والقبول غير النقدي، وأحيانا تبني موقف يجمع بين الرؤيتين*.

يرفض الكثير من الشباب التصورات التي يحملها الكتابان عنهم، بحجة أنها لا تعكس واقع الشباب، بقدر ما تعبر عن "اوهام وتخيلات"، فقد كتب أحدهم معلقا على ماجاء في كتاب "جيل النت" بأن صاحبه " ينظر إلى الانترنت كرجل يبلغ من العمر 100 سنة"، بينما اتهم آخر مؤلفه بأنه " أمني تكنولوجيا" ويبالغ في وصف قدرة الشباب على " التحكم في التكنولوجيا" واصفا الشباب " بالمستخدمين السطحيين" للتكنولوجيا¹.

بالتوازي مع ذلك، نجد أن هناك فئة أخرى من الشباب تثمن ما يتطلع كتاب " جيل الألفية" إلى استجلائه، وذلك من خلال التركيز على أبعاده الايجابية، بدل الالتفات إلى مسألة الدقة فقد ثمن احدى الفتيات ما جاء في الكتاب: " هناك الكثير من الأفراد - بما فيهم أنا - يحاولون جاهدين، إثبات أنفسهم رغم حجم السخرية غير المسبوق الذي يواجهونه، وقول الكبار بأن " شباب اليوم هم الأسوأ" ، "إن ما نحتاجه حقا أن يدرك الناس امكانياتنا ويساعدونا على تحسينها"².

وتميل فئة ثالثة إلى قبول رؤية مؤلفي الكتاب حول جيل الألفية الجديدة، حيث يسلم أحدهم بأن " جيلنا يفهم العالم وواع به " وواضح أن هذه الرؤية تتقاطع مع ما يروج له المسوقون، وربما لا بجانب الصواب إذا قلنا إن الشباب الأقل سنا هم الأكثر ميلا لقبول تمثلات الآخرين الاجتماعية لعالمهم دون مساءلة خاصة إذا كانت هذه التمثلات فيها تثمين لهم. وهو ما يؤكد أحدهم مشيدا بالأهمية المرجعية للكتاب ومهملا تجربته الشخصية الخاصة: " عمري 15 سنة، وقد قدم لي هذا الكتاب خدمة عظيمة وذلك من خلال مساعدتي على معرفة حقيقة جيلي وتطلعاته"³. إن كل الأعمال الأكاديمية البحثية تقريبا، التي حاولت فهم تمثل الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي في اعتقادنا يتطلب مراعاة أمرين اثنين للكشف عن فواصل الازدواجية في التمثل، والوصول إلى التمثل الحقيقي ليعرف الشاب هويته ويربطها مع الآخرين⁴:

*- التعليقات التي نحلل إليها في هذا السياق مأخوذة من مراجعات القراء لهذين الكتابين والمنشورة على موقع (Amazon.com). ويمكن الاطلاع على آراء بعض الشباب حول الكتابين من خلال المنتدى الالكتروني (Fourthturning.com).

1- <http://www.amazon.com/review/RTL7V406W7UY8,20/12/2016,09:00>.

2- http://www.amazon.com/product-review/0375707190/ref=pr_all_summary_cm_cr_acr_txt?ie=utf8&showviewpoints=1,20/12/2016,10:00.

3- <http://www.amazon.com/millennials-rising-next-great-generation/product-reviews/0375707190> page number =7,20/12/2016,11:00.

4- الصادق رايح، فضاءات رقمية قراءة في المفاهيم والمقاربات والرهانات، مرجع سبق ذكره، ص ص 121 - 122 .

- أولاً، إن الرغبة في فهم المنطق الداخلي لجماعة ما في رؤيتها لذاتها وللعالم من حولها، يقتضي التعرف على أعضائها (عبر الملاحظة) والتحدث إليهم، يجب على الباحث أن يعي أيضاً أهمية الاثنوغرافيا في هذا المجال وذلك لكسر التراتيبات البنيوية في علاقة الباحث بالمبحوثين عندما يتعلق الأمر بالعمر، حيث يمكن أن تبدو هذه التراتيبات كشيء "طبيعي" نظراً للاختلافات في النمو الذهني.
- ثانياً، ضرورة الأخذ بمنهجية واضحة المعالم لتحديد الفوارق بين الظواهر العابرة (المؤقتة)، والسلوكيات المرتبطة بمختلف المراحل الحياتية، والتجديدات التي تقود إلى تحولات بعيدة المدى. ان استحضار هذه التمايزات أمر مهم جداً، خاصة إذا أردنا وضع تصورات مدروسة حول مستقبل الوسائط الرقمية وتبعاتها الاجتماعية انطلاقاً من واقع الجيل الحالي. وتمثل الدراسات طويلة المدى التي تقارب استخدامات الوسائط الاعلامية على تنوعها أفضل طريقة للحصول على مؤشرات حول طبيعة هذه التغيرات، رغم انها تحتاج إلى زمن طويل للقيام بها. كما يمكن دراسة المجموعات العمرية الطباقية (عينات طبقية حسب العمر) في مرحلة زمنية معينة، واستنتاج التغيرات من خلال الفوارق بين المجموعات العمرية.

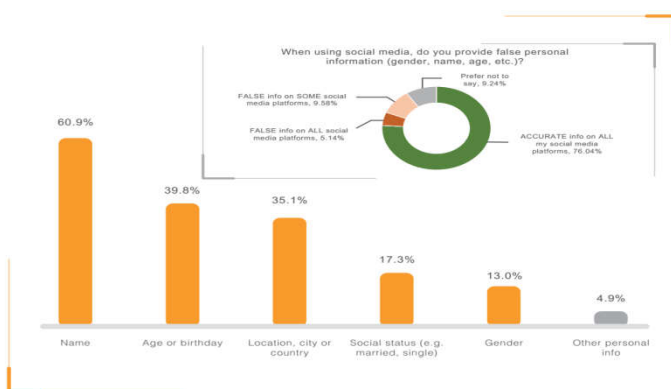
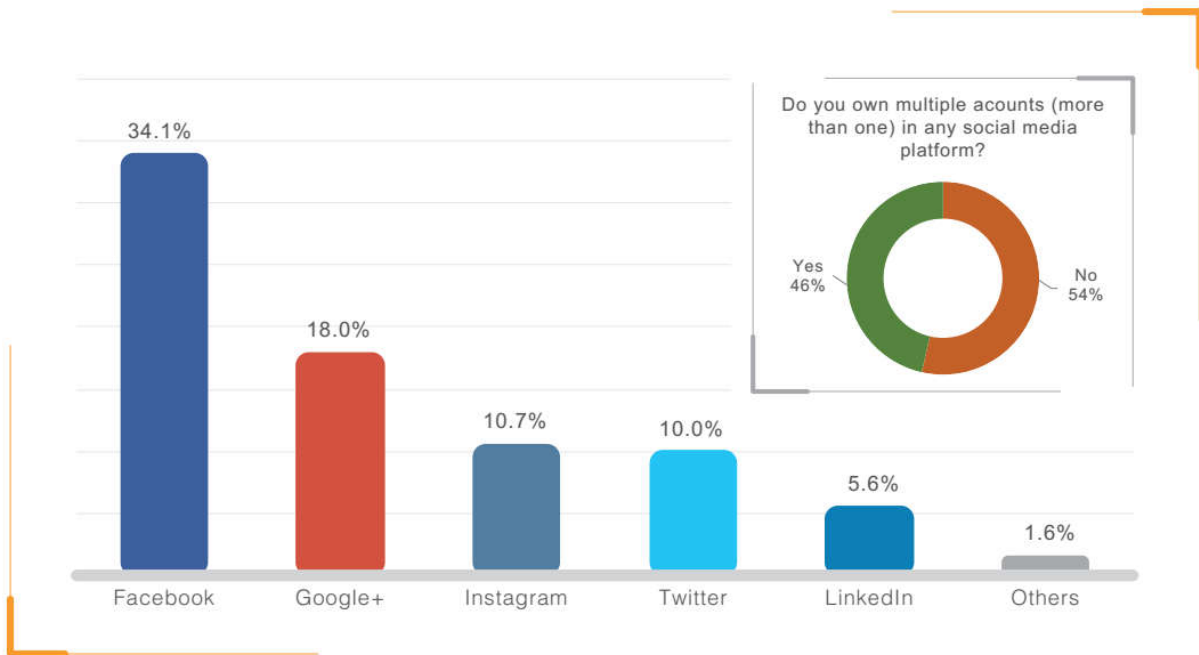
إن التحول في المنظور البحثي حول الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي غدا ضرورة لا بد منها، إذ يجب تجاوز الرؤية " الغرائبية"، وذلك من خلال الابتعاد عن الافتتان بالتكنولوجيا والتركيز على الشباب أنفسهم وحاجاتهم الاتصالية في بناء هوياتهم كما تتجلى في الكثير من الفضاءات التعبيرية التي تتاح لهم، هذه المقاربة التي تجعل من الشباب أنفسهم العنصر المحوري لها آثارها المنهجية، سواء تعلق الأمر بطرق إجراء البحوث حول الشباب والوسائط الجديدة، أو بكيفية قراءة وتأويل النتائج التي تتوصل إليها هذه البحوث .

2. استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

1.2 قراءة كمية لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية:

حسب نتائج التقرير السنوي للإعلام الاجتماعي لعام 2017 والصادر شهر فبراير من نفس العام، عن كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، والذي يعتبر من أكثر التقارير علمية نظرا للمنهجية التي يعتمدها وكذلك شساعة العينة المدروسة لتشمل كل الدول العربية (التقرير متوفر على موقع الكلية باللغة الانجليزية)، يمكن إجمال النتائج التي توصل إليها التقرير المتعلقة باستخدامات الفاعلين في المنطقة العربية - نظرا لسياق الدراسة - على النحو التالي¹:

يملك المستخدمون العرب بنسبة 46% أكثر من حساب واحد في منصات شبكات التواصل الاجتماعي، كما أنه أكبر موقع اجتماعي يشترك فيه المستخدمون العرب هو موقع الفايسبوك بنسبة 34%.

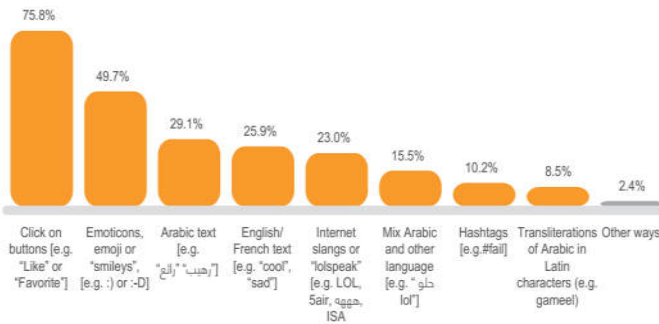


بالنسبة لصدق المعلومات الخاصة بهويات المستخدمين فقد أكد أغلبية العينة بأن معلوماتهم التي يقدمونها عليهم في وسائل التواصل الاجتماعي هي صحيحة وصادقة بنسبة 76% أما الذي يقدمون معلومات كاذبة فقد كانت نسبة من يعطون لأنفسهم أسماء وهمية لا علاقة لها

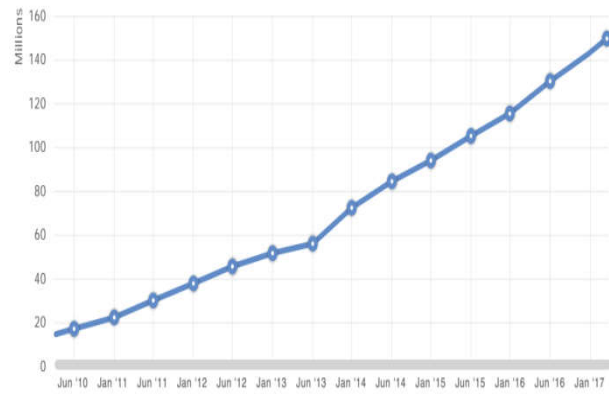
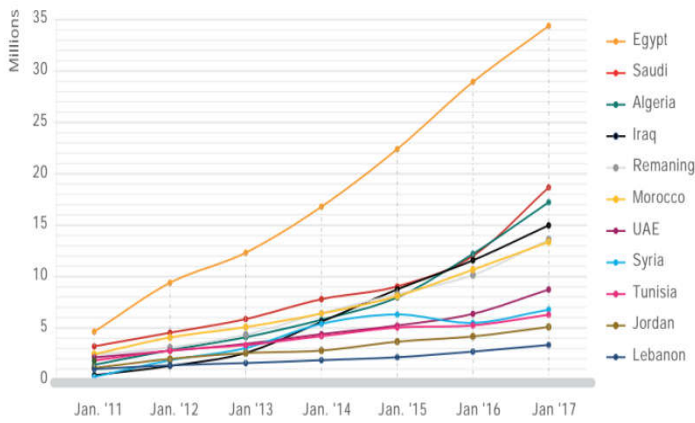
1- <http://www.arabsocialmediareport.com/home/index.aspx>, 19/03/2017, 14:00.

بأسماهم الحقيقة أكبر نسبة في مجال خطأ المعلومات الهوياتية بنسبة 60 % .

أما عن كيفية التفاعل أو التعبير عن مستوى الرضا أو الحزن أو السعادة أو...، فقد بين المستخدمون أن أكثر التعبيرات التفاعلية تمثلت في الضغط على الإعجاب بنسبة 75% .

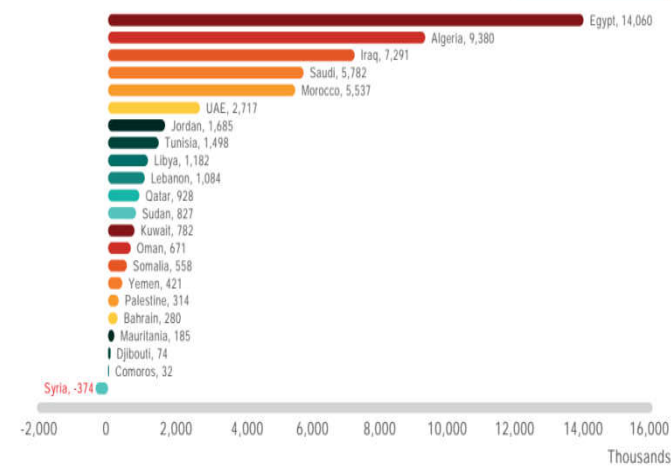


➤ الفاييسوك:

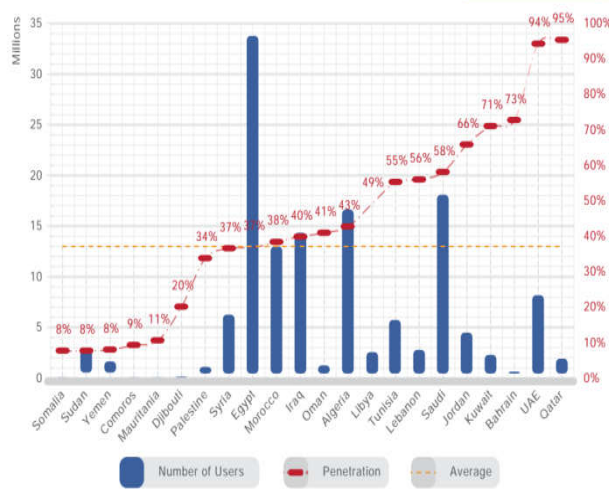


عشرة دول عربية الأكثر استخداما للفايسوك

تطور استخدام الفاييسوك في المنطقة العربية من عام 2010 إلى عام 2017

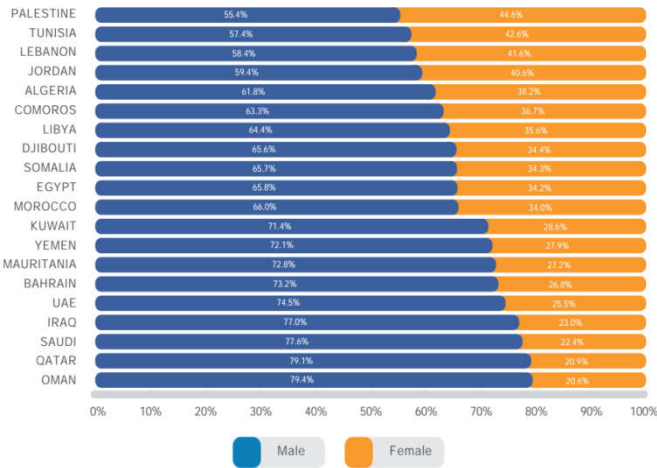


عدد المستخدمين

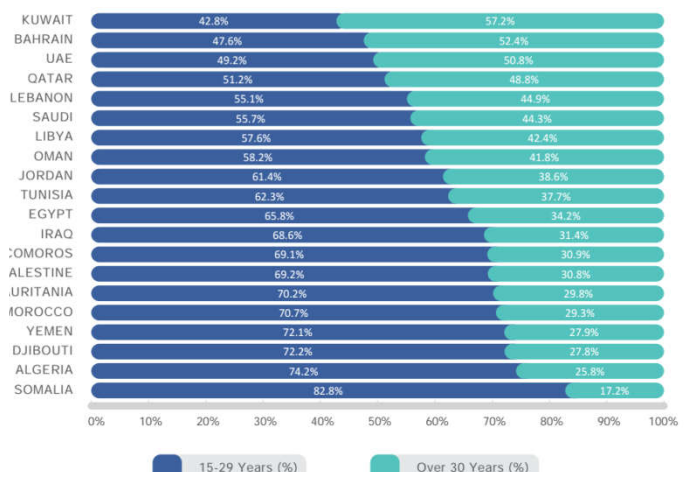


عدد الحسابات، نسبة الاختراق، ومعدل الانتشار

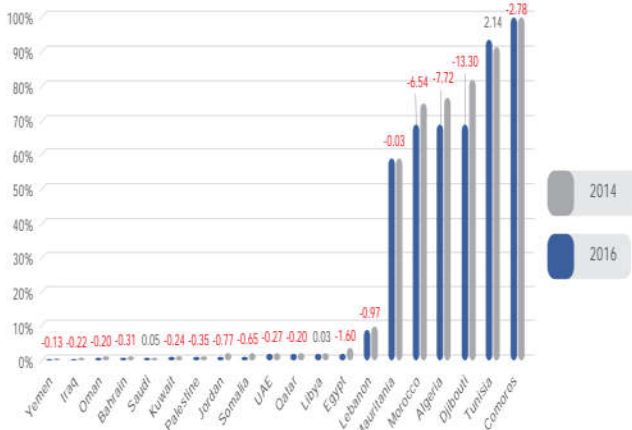
شبكات التواصل الاجتماعي..قراءة قيمة ثقافية



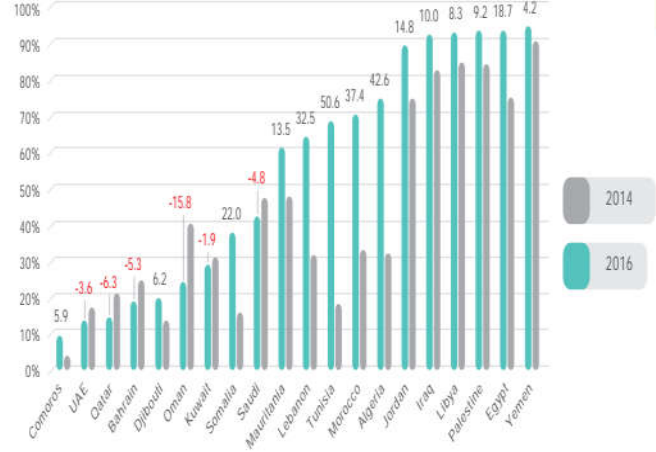
جنس مستخدمي الفيسبوك



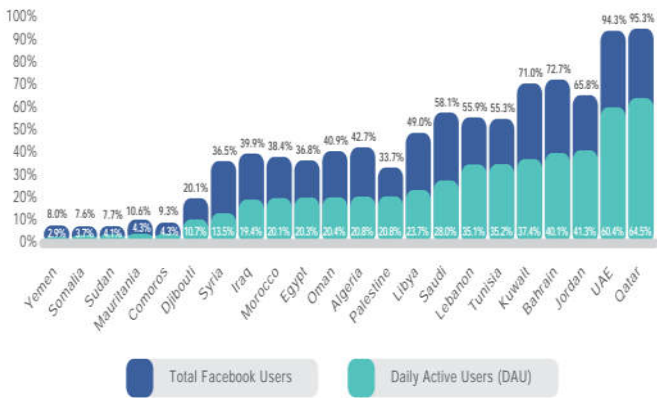
الفئة العمرية لمستخدمي الفيس بوك



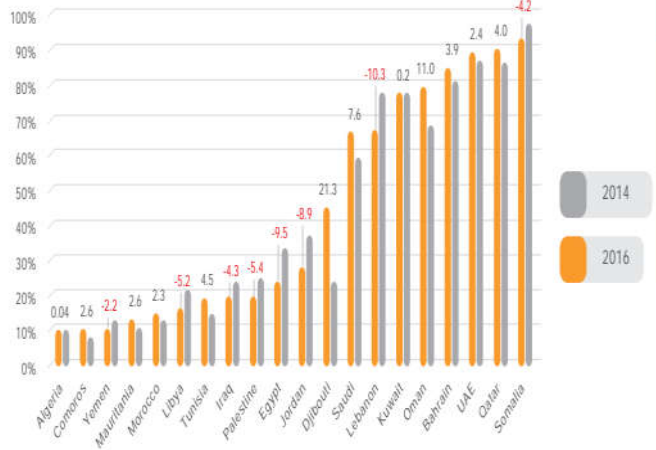
تطور استخدام اللغة الفرنسية في الفيسبوك بين سنتي 2014 و2016



تطور استخدام اللغة العربية في الفيسبوك بين سنتي 2014 و2016

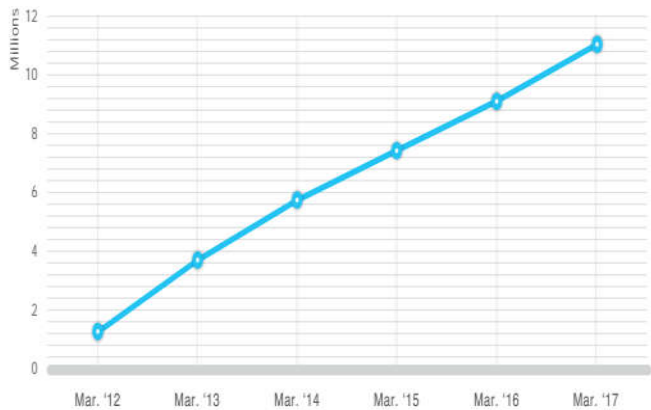
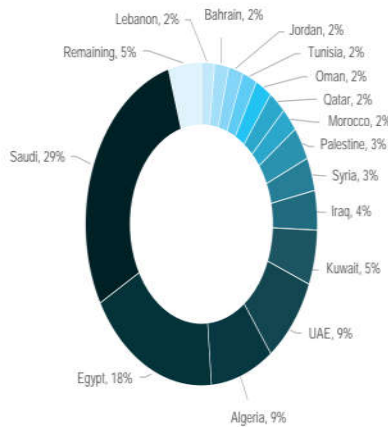


عدد الحسابات وعدد الحسابات الفعالية النشطة

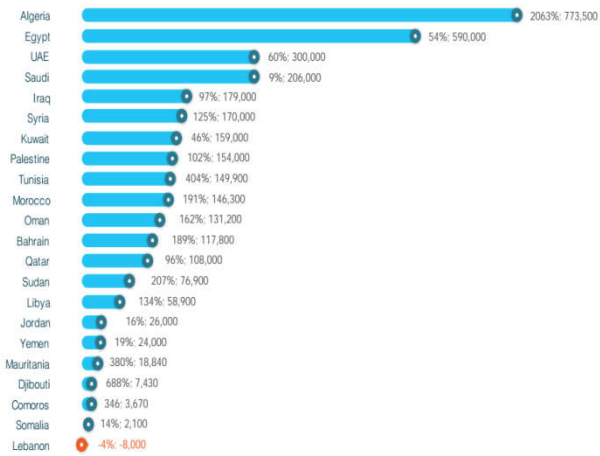


تطور استخدام اللغة الانجليزية في الفيسبوك بين سنتي 2014 و2016

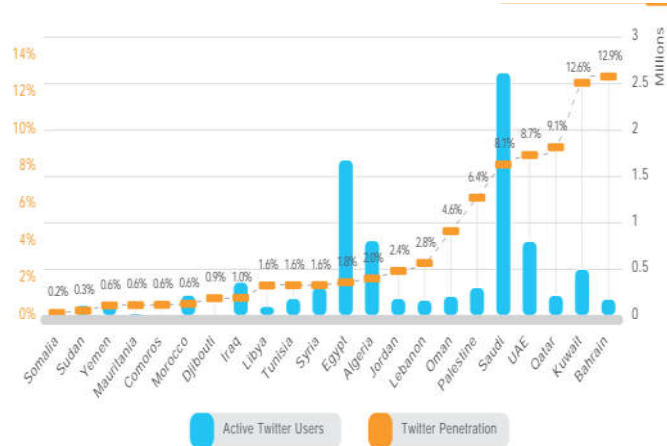
التويتير: ➤



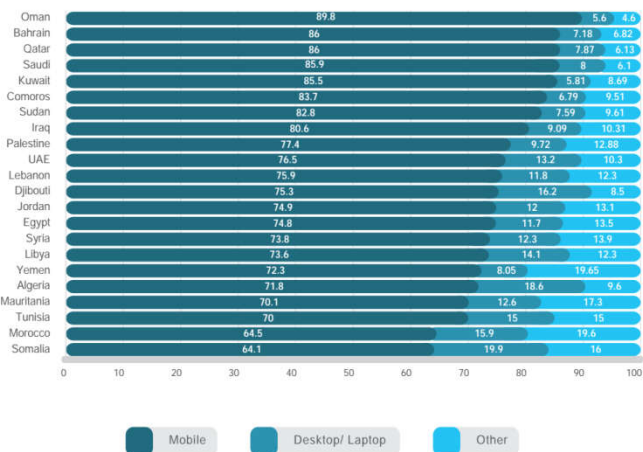
نسبة استخدام التويتير في الدول العربية 2017



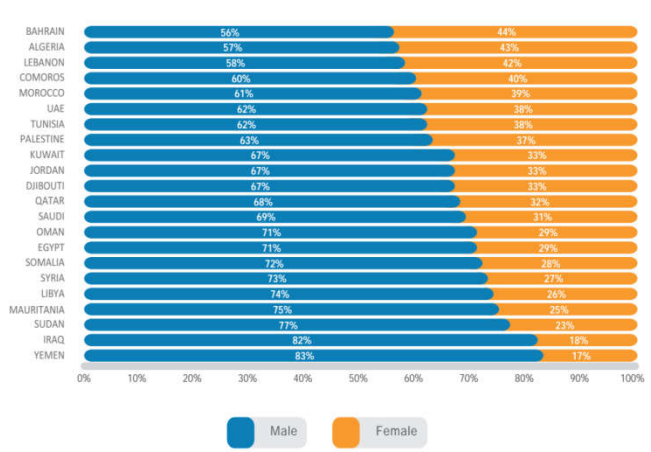
تطور استخدام التويتير في المنطقة العربية من عام 2010 إلى عام 2017



عدد المستخدمين



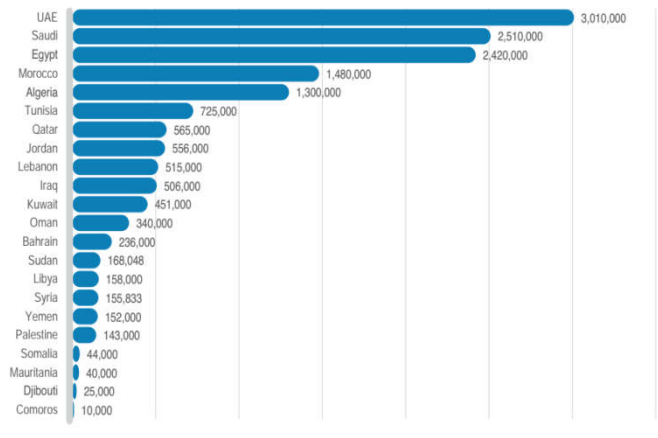
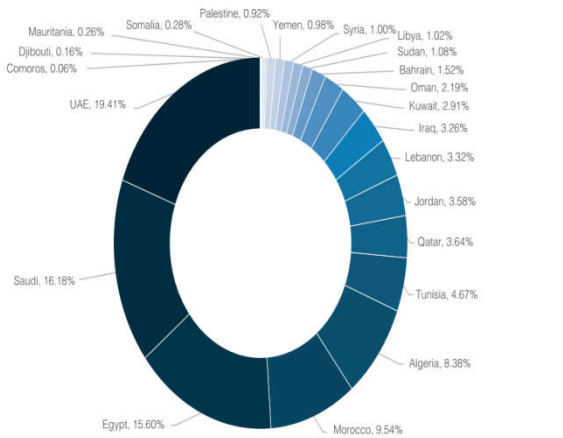
عدد الحسابات، نسبة الاختراق، ومعدل الانتشار



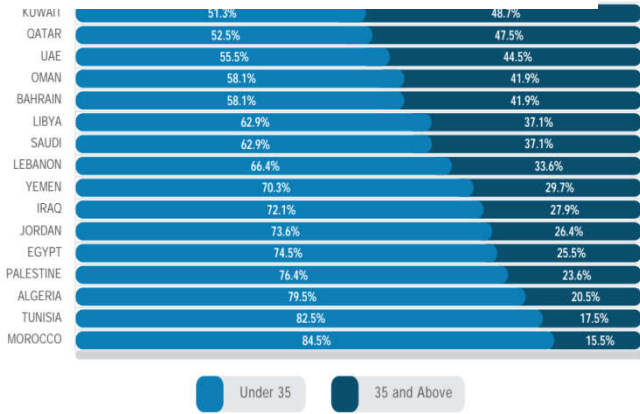
وسائط استخدام التويتير

جنس مستخدمي التويتير

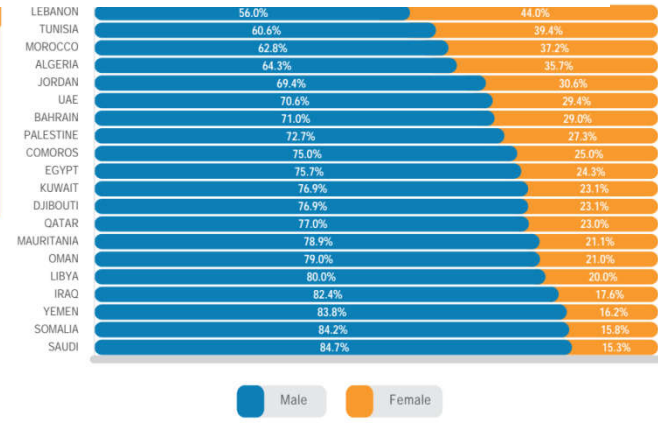
➤ لينكد إن :



نسب الاستخدام في الدول العربية



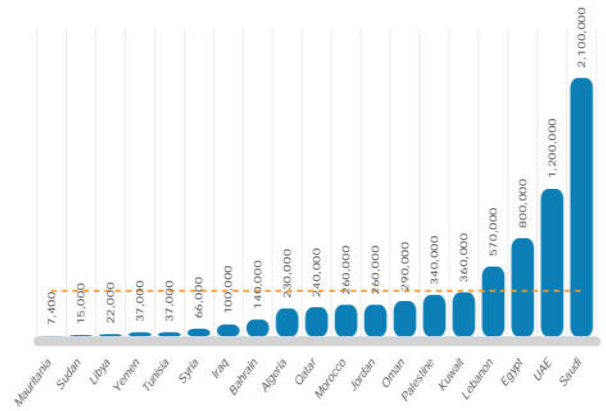
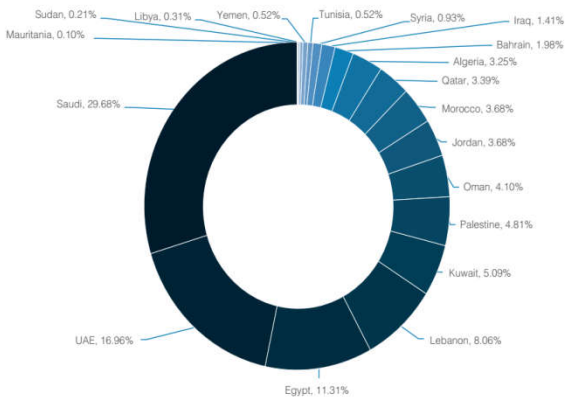
عدد المستخدمين



الفئة العمرية للمستخدمين

جنس المستخدمين

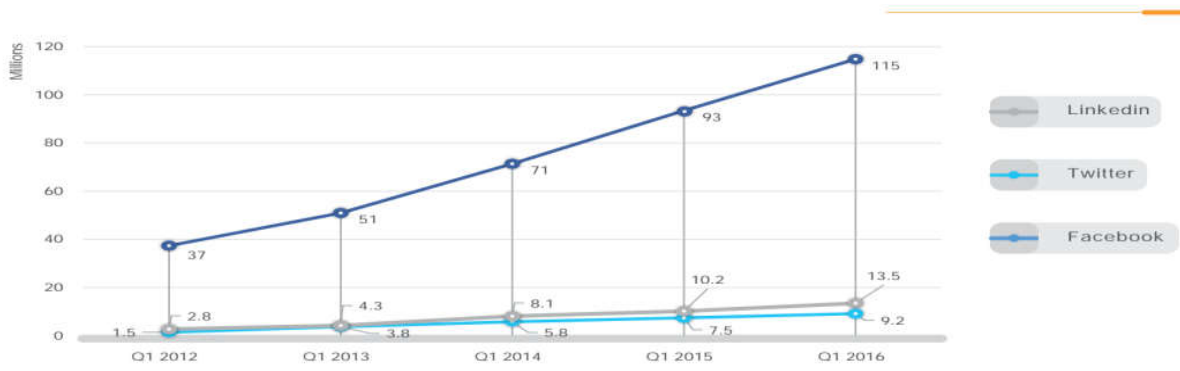
➤ الانستغرام :



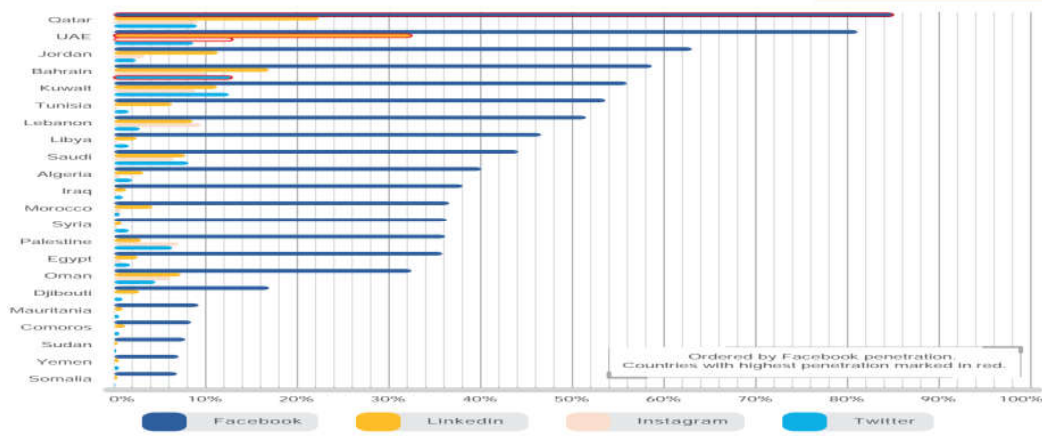
نسبة الاستخدام في الدول العربية

عدد المستخدمين

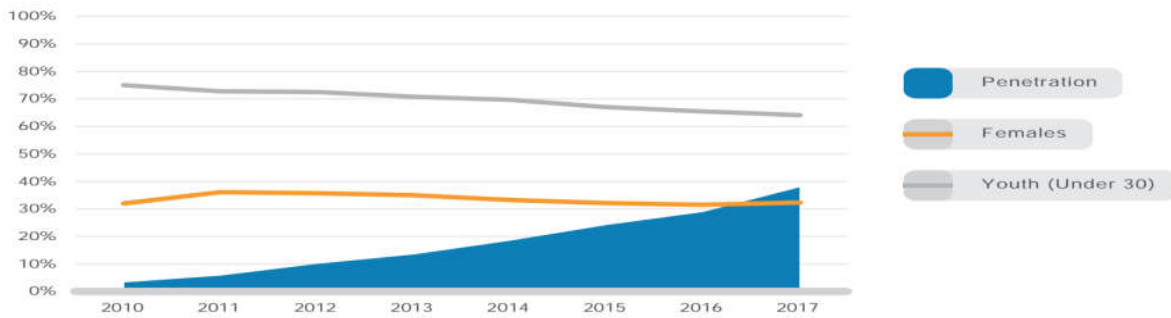
➤ وإجمالاً فقد توصل التقرير إلى النتائج التالية:



تطور الاستخدام من 2012 - 2016



نسبة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي في الدول العربية

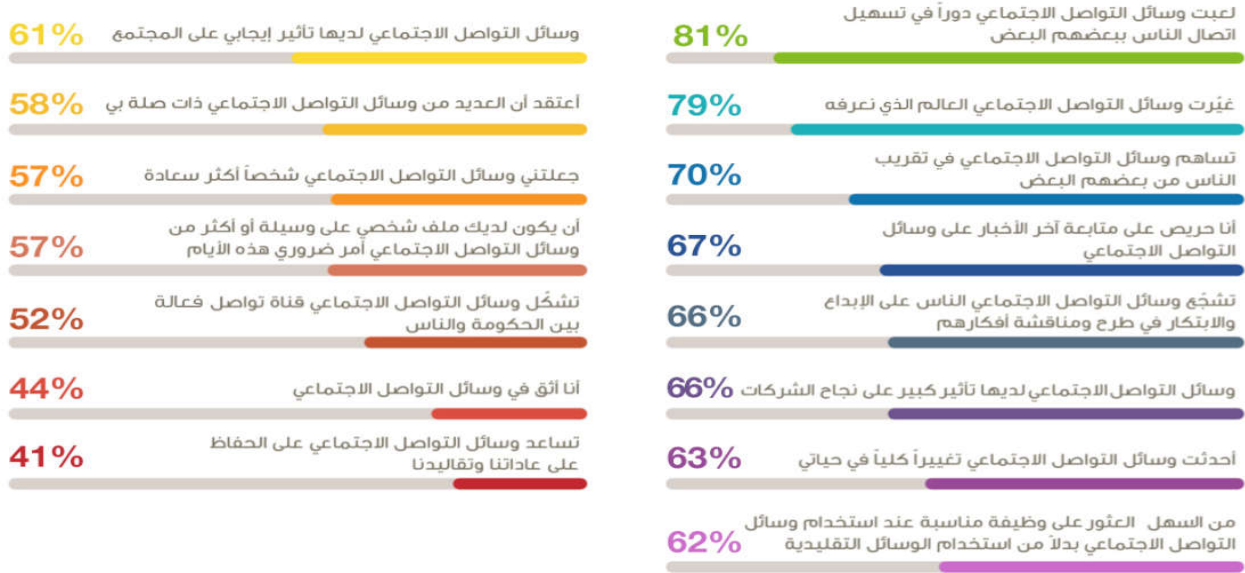


نسبة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي للشباب والنساء

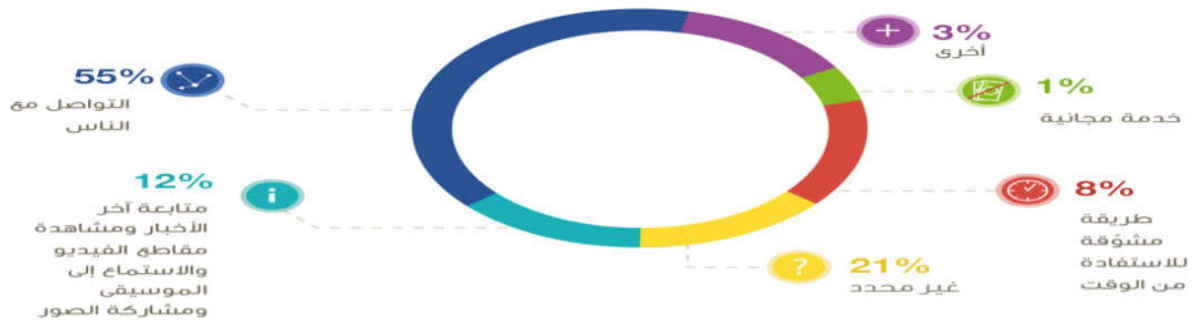


نسبة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية مقارنة بنسبة الاستخدام العالمي

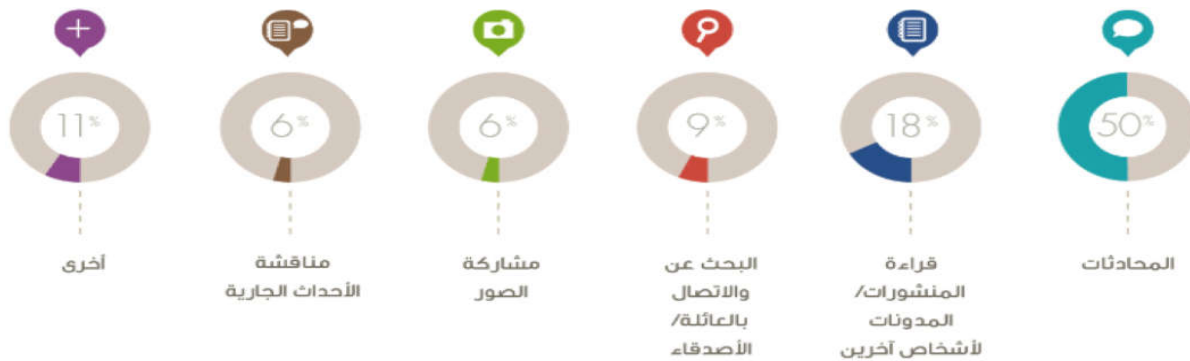
أورد التقرير الذي قمنا بسرد بعض نتائجه، قراءة للاستخدامات بشكل يساعدنا على عملية الفهم فقط ، لأن مثل هذه النتائج الرقمية لا تبين لنا طبيعة الاستخدامات وتمثالتها وكذلك دوافعها، بقدر ما تضع الباحث أمام تجليات رقمية تساعده على الإثبات و/أو النفي عن النتائج التي سيتحصل عليها من خلال دراسة الاستخدام دراسة علمية، ويمكننا في هذا المجال أن نشير إلى تقرير عام 2015، والصادر عن نفس الهيئة والذي بحث عن بعض تمثيلات المستخدمين لهذه الشبكات وكذلك دوافع استخدامهم¹:



تمثيلات المستخدمين العرب لشبكات التواصل الاجتماعي



استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية



الأنشطة الأكثر شيوعاً بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية

1- <http://www.arabsocialmediareport.com/home/index.aspx>, 10/07/2015, 17:00.

2.2 قضايا الشباب العربي في شبكات التواصل الاجتماعي:

رصد تقرير التنمية الثقافية العربي ما دار في شبكات التواصل الاجتماعي (المدونات العربية والمنتديات وصفحات ومجموعات الفيس بوك العربية خلال 2010)، ليوثق ما جرى هذا العام من توجهات وما أثير من قضايا شغلت اهتمام الشباب العربي، من الناحية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والخدمية وغيرها، واستنادا إلى ذلك، أتى ملف المعلوماتية في تقرير التنمية الثقافية العربي لعام 2010 تحت عنوان " قضايا الشباب العربي في الفضاء الرقمي 2010" *، ويرصد الملف أبرز القضايا التي شغلت بال الشباب العربي وحظيت باهتمامهم، سواء من قبل من يكتبون ويترجون القضايا للنقاش وينشرون آرائهم، أم من قبل من يتابعون ويعلقون ويعجبون بهذه القضية أو تلك وتكون لهم ردود أفعال حيالها. ونورد هنا أهم ما جاء في التقرير لتبيان أهم القضايا التي اهتم بها الشباب العربي¹:

قام فريق البحث بتجميع عينة من المحتوى العربي بشبكات التواصل الاجتماعي، على مستويين : الأول، هو مستوى مجال التحليل، أي المدونات والمنتديات وصفحات ومجموعات الفيس بوك، والثاني، هو المواد الموجودة داخل هذه المجالات ورصد المشاركات التي تتم فيها. وقد شكلت عينة البحث مما مجموعه 107 آلاف و 659 مجال افتراضي، موزعة على 16 ألفا و 631 منتدى، و 12 ألفا و 934 مدونة، و 78 ألفا و 94 صفحة ومجموعة على الفيسبوك، أما مواد التحليل فبلغت 661 ألفا و 715 مادة تحليل في المنتديات، و 120 ألفا و 757 مادة في المدونات، و 155 ألفا و 107 مواد في الفيسبوك، بمجموع يصل إلى 937 ألفا و 579 مادة.

في ضوء ذلك، تم تصنيف وتحليل المحتوى الذي قدمته العينة السابقة، وانتهت عمليات التصنيف إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي انتشرت وشاعت فيها 53 قضية، شغلت بال الشباب عام 2010، وهذه القضايا تشكل النواة الصلبة للمحتوى الذي تم تحليله وعرضه، وقد اتضح أن هذه القضايا سارت في مسارين رئيسيين، أحدهما يتعلق بقضايا " الشأن الخاص" التي تدور في فلك الضيق للشخص واهتماماته العائلية والعملية والاجتماعية، والآخر بقضايا " الشأن العام" التي تدور في فلك المجتمع والوطن والهجوم المشتركة قوميا وإنسانيا في آفاقها الرحبة الواسعة، وفي قضايا الشأن الخاص، راح الشباب العربي يبحث داخل شبكات التواصل الاجتماعي عن الترفيه عبر الأفلام والمسلسلات، وعن سبل أفضل لتسيير تفاصيل حياته اليومية عبر النصائح والإرشادات، وعن الصحة الجسدية والنفسية عبر قضايا الطب، وعن الغذاء الروحي عبر القضايا الدينية، ثم إشباع النهم الاستهلاكي العصري، عبر التعاطي مع قضايا التكنولوجيا والانترنت ومهارات استخدامها.

* - رغم قدم المعطيات نسبيا " عام 2010"، إلا أنها تكاد تكون الوثيقة العلمية الوحيدة التي قامت بتحليل محتوى شبكات التواصل الاجتماعي على عينة كبيرة جدا، سواء من حيث الكم الخاص بالقضايا، أو شاعتها حيث أنها مست كل الدول العربية. بالإضافة إلى أنها اقتضرت تحليلها على القضايا المرتبطة بالشباب.

¹ - جمال غيطاس، خالد الغمري، قضايا الشباب العربي في الفضاء الرقمي في عام 2010، ط01، مؤسسة الفكر العربي، لبنان، 2012.

وفي هذا السياق، نلاحظ مثلا أن قضايا الشأن الخاص تسيطر سيطرة شبه مطلقة على اهتمامات الملايين، التي تنشئ الصفحات والمجموعات على الفاييسبوك، أو تتابع أو تعجب أو تعلق على ما يثار فيها من قضايا، فتصدر المشهد قضية المشاركات والنقاشات والتعليقات المعبرة عن الخواطر والمشاعر الانسانية والعلاقات الاجتماعية والخواطر المتنوعة على اختلاف صورها، أي ان الفاييسبوك في المقام الأول، بالنسبة للشباب، هو فضاء للتنفيس عن مكونات المستخدم أو خواطره. أما الدائرة الأصغر التي تشكل ما يناهز ثلث اهتمامات المستخدمين للفييسبوك يدخل في اطارها 50 قضية، يختلط فيها الشأن العام مع الشأن الخاص التي تتبوأ الكثير من المراكز المتقدمة، في قائمة أكثر القضايا انتشارا واهتماما على الفيسبوك، فهناك قضايا الرياضة في المركز السادس، وقضايا المطربين والمطربات في المركز السابع، والطب والصحة في المركز التاسع، والأفلام والسينما في المركز العاشر، والتلفزيون في المركز الحادي عشر.

ومن بين قضايا الشأن العام تظهر القضايا الاجتماعية وقضايا الفكر والثقافة في المركزين الرابع والخامس على التوالي، في الفاييسبوك، وبعد ذلك لا تظهر قضايا الشأن العام إلا متأخرة، كالإعلام، وحرية التعبير، والتربية، والتعليم، والعلوم، والمؤسسات السياسية، وقضية فلسطين، وحقوق الإنسان، واتفاقيات السلام، والبيئة، والموارد وغيرها، ولا يختلف الحال كثيرا في المدونات والمنتديات.

وجرت خلال البحث متابعة وتفحص جماهيرية القضايا المختلفة، وتم التوصل إلى العديد من النتائج، منها أن من بين 120754 تدوينة كتبها المدونون، كانت هناك 100336 تدوينة لم يكتثر بها الجمهور، ولم يعلق عليها بحرف. وتعني تلك الأرقام أن الجمهور العام لم يكتثر بحوالي 83% من التدوينات التي كتبت، لكنه علق على حوالي 20 ألفا و420 تدوينة تمثل 17% من جملة التدوينات، وفي ضوء هذه الأرقام، نجد أنفسنا أمام نتيجة واضحة للعيان، وهي أن الغالبية الساحقة من التدوينات فشلت في جذب الجمهور وحثه على التفاعل معها عبر التعليقات، أي ان أغلب ما يدور في مجتمع التدوين العربي هو في نظر الجمهور العام من زوار المدونات، مجرد " مونولوج " أو حديث داخلي بين المدون ونفسه، ولا يستحق الدخول فيه.

وفي الفاييسبوك، بدأت جماهيرية القضايا، من الناحية الإجمالية، من نقطة انطلاق مكونة من 155 ألفا و107 مشاركات، وكان عدد مرات التعرض للقراءة والمطالعة مليار و527 مليون و245 ألفا و721 مرة، وعدد مرات الإعجاب والمتابعة التي حصلت عليها 457 ألفا و185 مرة. وكان المتوسط العام لنصيب المشاركة الواحدة من مرات الإعجاب 2.95 مرة، وكان عدد التعليقات التي كتبت عليها مليون وسبعة آلاف و590 تعليق، وبلغ نصيب كل مشاركة من التعليقات 6.5 تعليقات.

وقد أعاد فريق البحث قراءة ما كشفت عنه الأرقام وعمليات الرصد والتصنيف والفهرسة، قراءة عامة من منظور تحليلي يربط ما تم التوصل إليه بما يجري في السياق العربي العام. وقد قادت هذه القراءة إلى احدى عشرة نقطة، تؤكد أننا امام ساحة رحبة للبحث، تسودها حركة ضخمة بلا قيادة، يؤثر أطرافها بعضهم في بعض، ويمتد تأثيرهم إلى المجتمع الواسع من حولهم، بدرجة تختلف من قضية لأخرى ومن مكان لآخر.

والنتيجة العامة، التي أمكن لنا الخروج بها من التحليلات السابقة، أن الفضاء الرقمي التفاعلي العربي محل التحليل، تتعاضد فيه مجموعة من الثنائيات التي تضفي عليه قدرا كبيرا من الحيوية، وتنسب بأنه مرشح للتوسع في الحجم والتعاضد في الأهمية والرشاد والنضج في الأداء بمرور الوقت، وتضم حزمة الثنائيات النشطة على مسرح شبكات التواصل الاجتماعي أحد عشر ثنائية هي:

- ثنائية الحركة في شبكات التواصل الاجتماعي والحركة المرتبطة بها في الواقع الفعلي.
- ثنائية قضايا المقدمة وقضايا الخواتم " فقه الأولويات في القضايا المثارة".
- ثنائية الانتشار الظاهري والانتشار الفعلي.
- ثنائية الشأن العام والشأن الخاص.
- ثنائية التناول السطحي والعميق..والأفقي والرأسي.
- ثنائية الندية والتبعية بين من يكتبون ويقرأون.
- ثنائية الوجوه المتعددة والوجه الواحد للجمهور.
- ثنائية العلانية والتخفي في تناول القضايا.
- ثنائية التوافق والخلل الجغرافي في محتوى القضايا.
- ثنائية الكر والفر بين المرأة والرجل.
- ثنائية المد والجزر في شبكات التواصل الاجتماعي.

ومن أبرز ما تم التوصل إليه في ضوء هذه الثنائيات أن شبكات التواصل الاجتماعي قد وفرت بيئة خصبة أمام شريحة الشباب، من أجل إنتاج وتوزيع وتداول وتوظيف المعلومات الخاصة بأكثر من خمسين قضية، بعيدا عن مراكز اتخاذ القرار العليا للمجتمع، فقد نقلت شبكات التواصل الاجتماعي عملية إنتاج المعلومات الخاصة بهذه القضايا إلى الأرصفة والميادين والمقاهي و...، وهذا يعني أن شريحة الشباب المنخرطين في هذا الفضاء قد انخرطوا ضمن ما يعرف بأنشطة " الويكي"، أي الأنشطة القائمة على التعاون والعمل المشترك والبناء من أسفل في سلسلة أفقية كالخط المستقيم. والجدول التالي يوضح أهم القضايا التي اهتم بها الشباب في شبكات التواصل الاجتماعي:

المركز	قضايا المدونات	قضايا المنتديات	قضايا الفيسبوك
1	غير واضح	أفلام وسينما وأغاني	خواطر ومشاعر
2	قضايا دينية	نصائح وإرشادات	قضايا دينية
3	أفلام وسينما وأغاني	طب وصحة	نصائح وإرشادات
4	رياضة	قضايا دينية	قضايا اجتماعية
5	خواطر ومشاعر	انترنت ومعلوماتية واتصالات	أدب وثقافة وفكر
6	انترنت ومعلوماتية واتصالات	أدب وثقافة وفكر	رياضة
7	أدب وثقافة وفكر	خواطر ومشاعر	مطربون ومطربات
8	مؤسسات سياسية	رياضة	انترنت ومعلوماتية واتصالات
9	قضية فلسطين	تربية وتعليم	طب وصحة
10	طب وصحة	قضايا اجتماعية	أفلام وسينما وأغاني
11	اسرائيل	اقتصاد	تلفزيون وفضائيات
12	اقتصاد	أسرة	أسرة
13	تربية وتعليم	مطربون ومطربات	تربية وتعليم
14	قضايا اجتماعية	قضايا المرأة	اقتصاد
15	إعلام وحرية تعبير	فنون	فنون
16	أمن وجريمة	استهلاك	إعلام وحرية تعبير
17	فنون	تلفزيون وفضائيات	علوم
18	تلفزيون وفضائيات	أمن وجريمة	قضايا سياسية
19	صراعات	غير واضح	أمن وجريمة
20	نصائح وإرشادات	جنس	تنمية
21	طائفية	طائفية	مؤسسات سياسية
22	بيئة وموارد	ممثلون وممثلات	ممثلون وممثلات
23	قضايا سياسية	صراعات	صراعات
24	مطربون ومطربات	بيئة وموارد	طائفية
25	رؤساء	إعلام وحرية تعبير	حقوق إنسان
26	استهلاك	رؤساء	قضية فلسطين
27	مناسبات وأعياد	علوم	قضايا المرأة
28	حقوق إنسان	مؤسسات سياسية	مناسبات وأعياد
29	قضايا المرأة	مناسبات وأعياد	طرائف
30	علوم	قضية فلسطين	تاريخ وتراث
31	أسرة	تاريخ وتراث	بيئة وموارد
32	جنس	قضايا سياسية	شؤون قانونية
33	تنظيمات اسلامية	صناعة	اتفاقيات سلام
34	تنمية	تنظيمات إسلامية	ملوك وأمراء
35	إرهاب وتطرف	شؤون قانونية	استهلاك
36	تاريخ وتراث	خدمات	جنس
37	صناعة	تنمية	رؤساء
38	تجارة	حقوق الإنسان	تنظيمات إسلامية
39	ممثلون وممثلات	زراعة وثروة حيوانية	اتفاقيات دولية
40	شؤون قانونية	إرهاب وتطرف	خدمات
41	زراعة وثروة حيوانية	فنانون وفنانات	إدارة
42	خدمات	اسرائيل	مؤسسات دولية
43	مؤسسات دولية	تجارة	زراعة وثروة حيوانية
44	اتفاقيات سلام	اتفاقيات دولية	إرهاب وتطرف
45	فنانون وفنانات	قضايا دولية	اسرائيل
46	قضايا دولية	مؤسسات دولية	صناعة
47	فضائح	أزمات عالمية	قضايا دولية
48	اتفاقيات دولية	اتفاقيات سلام	أزمات عالمية
49	ملوك وأمراء	أقليات	تجارة
50	أزمات عالمية	فضائح	أقليات
51	إدارة	إدارة	مذهبية
52	أقليات	ملوك وأمراء	فنانون وفنانات
53	مذهبية	مذهبية	فضائح

(المصدر: جمال غيطاس، خالد الغمري، قضايا الشباب العربي في الفضاء الرقمي في عام 2010)

3.2 استخدامات الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي:

النتائج السابقة التي تم استخلاصها، من مختلف التقارير التي قامت بها بعض المؤسسات العلمية، قد جاءت ضمن السياق العربي مع وجود لفئات من المستخدمين على اختلاف شرائحهم العمرية، إلا أنه يمكننا قراءة ما يهمننا في الموضوع - استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي-، بين ثنايا هذه النتائج.

فقد تبين بأن الجزائر تحتل المرتبة الثالثة من بين أكثر الدول العربية استخداما للفايسبوك حيث بلغ عدد مستخدميه أكثر من 9 ملايين، أي بنسبة 74.2% منهم من فئة الشباب بين (15 - 29 سنة)، و 61% منهم من الذكور والبقية من الإناث.

أما التويتر فهو أقل نسبة حيث أن نسبة مستخدميه في الجزائر تمثل 9% من نسبة الاستخدام العربي، 57% منهم من الذكور، حيث أن 71% منهم يستخدمونه عبر الهاتف النقال.

وبالنسبة للموقع لينكد إن فإن نسبة الاستخدام كانت 8.36% من نسبة الاستخدام العربي حيث بلغ عدد المستخدمين 1.300.000 مستخدم، 79% منهم أقل من 35 سنة، ويبقى الانستغرام بنسبة أقل 3.25% من نسبة الاستخدام العربي.

وفي هذا الصدد سنحاول استقراء نتائج بعض الدراسات الجزائرية التي ربطت بين الشباب الجزائري واستخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي سيفيدنا حتما في الاستئناس بنتائج هذه الدراسات، وحتى يتسنى لنا كذلك سد الفراغ النظري المتعلق بهذه العلاقة الارتباطية، انطلاقا من دراسات علمية - على الرغم من ملامح القصور في الكثير من جزئياتها - :

ففي الدراسة التي قام بها (السعيد بومعيزة) المعنونة بـ" المعولم والخلي في الممارسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري"، توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج المتعلقة بطبيعة الاستخدامات لهذه الفئة لشبكات التواصل الاجتماعي¹:

- أن معظم الشباب يحملون تصورات ايجابية عن شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتبرونها كمصدر معلومات أساسا وهذا التصور يتطابق مع التصور الاجتماعي العام للانترنت في جميع بلدان العالم.

¹ - السعيد بومعيزة، المعولم والخلي في الممارسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص ص 227-228.

- لا يرى معظم المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي كمواقع للدعاية الدينية أو السياسية وهذا يرجع أساسا إلى عزوف الشباب الجامعي عن التوظيف السياسي للدين وعن السياسة عموما.
- أن الدردشة ليست ممارسة شائعة لدى مجموع أفراد العينة، والذين يمارسونها، أكثر من نصف المبحوثين، لا يفعلون ذلك بصفة منتظمة وإنما من حين إلى آخر، وتمارس الإناث الدردشة مع جزائريين أكثر من العرب أو جنسيات أخرى، بينما الذكور يمارسون الدردشة مع العرب وجنسيات أخرى أكثر من الجزائريين.
- أن المواضيع الأكثر حضورا في دردشة المبحوثين هي المواضيع الاجتماعية والرياضية والعاطفية، ولم تحظ المواضيع الدينية والسياسية إلا باهتمام قليل جدا مما قد يفسر عزوف الشباب الجامعي الجزائري عن السياسة عموما وعن التوظيف السياسي للدين بصفة خاصة.

وفي دراسة (شريفة طيب) المعنونة بـ " أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري الفايسبوك نموذجا"، توصلت الباحثة لمجموعة من النتائج رغم قصرها على موقع الفايسبوك فقط¹:

- استخدام الفايسبوك أكثر من ثلاث ساعات في اليوم الواحد يؤدي بالفرد إلى الإدمان ومن ثم التسبب بمشاكل صحية ونفسية واجتماعية وأخلاقية خطيرة
- أن السبب الحقيقي وراء استخدام الفرد للفايسبوك هو إحساسه بفراغ اجتماعي وعاطفي والذي يتحقق نسبيا بالنظر إلى أن دوافع الاستخدام قد تتغير تبعا لمتغيرات الجنس والسن وكذا للحالة النفسية للمستخدم وطبيعة علاقته بمعارفه ومحيطه الاجتماعي الذي يعيش فيه والتي تدفعه لاستخدام الموقع.
- أن مستخدم الفايسبوك في الجزائر مستخدم نشط لديه العديد من الحاجات التي يسعى لإشباعها من خلال استخدامه للموقع وانتقائه للمحتوى، هذه الحاجات والدوافع تتغير تبعا للعديد من المتغيرات الاجتماعية والنفسية، وحسب نتائج الدراسة تأتي في مقدمة هذه الحاجات الحاجة إلى التواصل وربط علاقات صداقة.
- كثرة استخدام الفرد للفايسبوك واستغراقه الطويل في الموقع لإشباع حاجاته أدى إلى تأثيرات متعددة على طبيعة علاقته بمحيطه الواقعي خاصة منها الأسرة والأصدقاء من خلال انسحابه الملحوظ من التفاعل الاجتماعي.

-تسمح العلاقات عن طريق الفايسبوك خاصة لدى استخدام الفرد لهويات مستعارة بالتكلم بصراحة وجرأة دون حرج وقيود وفي مختلف المواضيع أكثر من العلاقات المباشرة وجها لوجه، وبطبيعة الحال فهذه الظاهرة

¹ - شريفة طيب، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري الفايسبوك نموذجا، مداخلة ضمن ملتقى الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014، ص ص 14 - 15.

لديها العديد من الأبعاد من بينها تفجير المكبوتات النفسية والاجتماعية وتجاوز التابوهات الغير مصرح بها في المجتمع.

وفي دراسة (عادل قايد) المعنونة بـ " تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين" فقد توصل الباحث لمجموعة من النتائج أهمها¹:

- يستخدم أغلب أفراد العينة الموقع بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء لجانب التثقيف.
- استخدام الموقع يسفر عن الانسحاب الملحوظ من التفاعل الإجتماعي ، ويؤثر في تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم.
- يقضي نسبة كبيرة من الشباب الجامعي أكثر من ثلاث ساعات يوميا أمام مواقع التواصل الاجتماعي.
- الشباب الجامعي يستخدم موقع الفاييس بوك لإشباع بعض الرغبات والاحتياجات التي لا توفرها وسائل الاتصال التقليدية كالبحث عن أصدقاء جدد والوصول إلى أصدقاء يصعب الوصول إليهم بطرق الاتصال التقليدية.
- أن جنس أغلب المبحوثين هم ذكور بنسبة 65.71% في حين أن نسبة 34.28% تمثل الإناث.
- أن أغلب المبحوثين ينتمون للفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة بنسبة 47.14% تليها الفئة العمرية 24 إلى 27 سنة بنسبة 44.28% وأخيرا نسبة 08.57% تمثل الفئة العمرية 28 سنة فأكثر.
- يستخدم أغلب المبحوثين الفاييس بوك "دائما" بنسبة ، 81.42% و يقضون ثلاث ساعات فأكثر يوميا في استخدام الفاييس بوك بنسبة 65.7%.
- أغلب المبحوثين يفصحون عن هوياتهم في الفاييس بوك و بنسبة 87.14% و ذلك قصد إنشاء صداقات متينة.
- أن الجنسيات الغربية هي أكثر الجنسيات التي أسس معها المبحوثون صداقات بنسبة 52.85% بالإضافة إلى الصداقات الجزائرية التي تعتبر مهمة في نظر 88.57% لتشابه طريقة التفكير و مناقشة قضايا المجتمع الجزائري الأمر الذي يطرح أهمية الفاييس بوك و في الوقت ذاته خطورته.

1- عادل قايد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين، العدد 02، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2014، ص158.

3. تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب:

1.3 قراءة كمية لنتائج بعض الدراسات:

أكدت دراسة (سحر جابر) أن مواقع الشبكات الاجتماعية ساعدت الشباب على التفاعل المباشر مع أصدقائهم ومعارفهم، ومكنتهم أيضاً من إقامة علاقات إنسانية مبنية على الاهتمامات والأنشطة المشتركة¹، وذلك ما أثبتته دراسة كل من (خالد صلاح الدين)². ولكن دراسة (نرمين خضر) اختلفت في نتائجها؛ حيث أقرت أن 86.5% من أفراد العينة يفضلون علاقات الصداقة خارج موقع الفيس بوك، ذلك لأنهم يعتبرون العلاقات خارج الموقع أقوى من العلاقات داخله، من خلال التعامل وجهاً لوجه دون وسيط، ولأنهم يثقون في أصحاب هذه العلاقات أكثر من هؤلاء الذين على الموقع³.

وأضافت دراسة (جيلان) أن 65.6% من شباب العينة يؤكدون أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن استخدامها في العملية التعليمية لأنها تساعدهم على التحصيل الدراسي، من خلال التواصل مع زملاء الدراسة، بينما ترى أسر الشباب أن ليس من ورائها منفعة تعليمية، وأن أولادهم يستخدمونها للتواصل مع زملائهم⁴. واتفقت دراسة (Christian Fuchs) مع جيلان، فأكدت تفوق نسبة الإناث على الذكور في الاستخدام الأكاديمي للشبكات الاجتماعية⁵، كما أشارت دراسة (سحر جابر) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت فرصة للتعبير عن القضايا العامة: السياسية، والاجتماعية، وأنها وسيلة لتجميع آراء تؤثر على المجتمع، ولكنها ساهمت في الشعور بالإغتراب الأسري، كما أنها تسببت في أضرار صحية على الشباب، كالشعور بالآلام في الظهر بنسبة 47.1%، وارهاق البصر بنسبة 71.9% نتيجة الاستخدام المفرط لهذه المواقع، واعترف جميعهم تقريبا بأن انشغالهم بهذه المواقع أدى إلى إهمالهم القيام بالمسؤوليات الواجبة عليهم.

وفي دراسة (عبد الكريم باحاج) الاستكشافية نجد أن الفيس بوك يحتل المركز الأول بين الشباب العربي بنسبة 87%، وذكرت الدراسة أن 75.6% من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تساعدهم على التواصل مع الآخرين، وتشكيل مجموعات من الأصدقاء بينما 51.8% يستخدمونها لأنها تساعدهم في التواصل مع

¹ سحر جابر حسن، الآثار الاجتماعية والاجتماعية لتعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الإلكتروني: دراسة مقارنة بين الذكور والإناث في الوجه القبلي والبحري والقاهرة، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم البيئية والانسانية، معهد البحوث والدراسات التربوية، جامعة عين شمس، 2014، ص 19.

² خالد صلاح الدين، اتجاهات الشباب نحو شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية: دراسة في ضوء نظرية التواء الإعلامي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ديسمبر 2011، ص 42.

³ نرمين زكريا خضر، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي الفيسبوك، المؤتمر العلمي الأول " مؤتمر الأسرة والاعلام وتحديات العصر"، 15 - 17 فبراير 2009، القاهرة، بحث منشور، ص 937.

⁴ جيلان محمود عبد الرزاق، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كوسائل لإكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ديسمبر 2011، ص ص 239-245.

⁵ - Christian Fuchs, Social networking sites and the surveillance society, A Critical case study of the usage of studiVZ, face book, and my space by students in salzburg in the context of electronic surveillance, Austria 2009, pp 46-85.

أشخاص لديهم آراء تعبر عن نفس قضاياهم ومشكلاتهم¹. وقد أثبتت دراسة (Jane Lewis) أن أغلب شباب العينة استخدموا الفيس بوك بعد إقناع أصدقائهم لأنهم يشعرون بالملل؛ حيث يريدون إضافة أصدقائهم على حسابهم الشخصي، وذكر أفراد العينة أنهم يقسمون صداقاتهم بين من يعرفونهم ومن لا يعرفونهم². فيما توصلت دراسة (آمال كمال) إلى أن الشباب يستخدمون الفيس بوك للاتصال بأصدقائهم الحاليين في الجامعة وأيضاً للحفاظ على الصداقات القديمة، كما وجدت الدراسة ارتباطاً بين كثافة استخدام الفيس بوك، وتقدير الذات والرضا عن الحياة³.

وتوصل (خالد صلاح) إلى أن أبرز سلبيات مواقع الشبكات الاجتماعية هي إنتهاك الخصوصية، ومن ثم يعتقد شباب العينة أنه من الأنسب لمستخدم تلك الشبكات أن يتخذ كل التدابير، والاحتياطات اللازمة لحماية بياناته الشخصية من السطو من قبل الغرباء على هذه المواقع. ولكنها على الجانب الأخر تمكنهم من التوظيف الأمثل للوسائط المتعددة، والرموز الاتصالية في إنتاج المحتوى الإعلامي، من ملفات نصية، وصوتية، وفيديو، وتحميلها إلكترونياً ومشاركتها مع الأعضاء الآخرين على تلك الشبكات⁴.

وعن المشاركة المدنية وتطوير الذات أثبتت دراسة (جيلان عبد الرزاق) أن مواقع الشبكات الاجتماعية تساهم في عملية تطوير الذات، و تساعد الشباب على المشاركة المدنية، كما تساعد على اكتساب مهارات تقنية، بينما أسر الشباب يرون أن المشاركة الافتراضية من خلال تلك الشبكات تقلل فرص المشاركة والمواجهة وجهاً لوجه⁵. وهذا ما أثبتته أيضاً دراسة (أشرف جلال) فكلما انغمس الشباب في استخدام الوسائل اتجهوا إلى الانسحاب من العالم الواقعي، وانخفض مستوى تفاعلهم سواء أكان ذلك زمنياً، بحكم أن الوقت المخصص لهذه الوسائل يطغى على وقت الأسرة، أم نفسياً، بحكم أن الفرد يخلق لنفسه عالم خاص بعيداً عن تفاعل الأسرة، الذي لا يخلو من وجهة نظر من نصائح، وتوجيهات، وسلطة أبوية. وأضافت الدراسة أنه كلما ازداد معدل استخدام الوسائل اتجهوا لتكوين علاقات اجتماعية ثابتة ومستقرة⁶.

وكشفت دراسة (عمرو أسعد) عن وجود علاقة ارتباطية بين معدل استخدام طلاب الجامعة لموقعي الفيسبوك واليوتيوب، وقيمهم المجتمعية، مثل: قيمة الانتماء للوطن، فكلما ازداد معدل استخدام الموقعين، قل مستوى انتمائهم لوطنهم، وكان مستوى الفردية في ازدياد، كذلك كلما ازداد استخدام الشباب للموقعين، قل مستوى تدينهم¹.

¹ - عبد الكريم صالح باحاج، استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير، قسم الدراسات الاعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، 2013، ص 158.

² - Jane Lewis and Anne West, friending: london- based undergraduates, experience of facebook, new media society, CAIRO UNIV on december 18, 2009, p 129.

³ - آمال كمال، استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالرأسمال الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ديسمبر، 2011، ص ص 140 - 141.

⁴ - خالد صلاح الدين، مرجع سبق ذكره، ص 47.

⁵ - جيلان محمود عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره، ص 248.

⁶ - أشرف جلال حسن، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضايات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، المؤتمر العلمي الأول " مؤتمر الأسرة والاعلام وتحديات العصر"، 15 - 17 فبراير 2009، القاهرة، بحث منشور، ص 533.

2.3 التأثيرات (المعرفية، الوجدانية والسلوكية) على الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي:

➤ التأثيرات المعرفية: والتي تتمثل في مجالات عديدة أهمها²:

- تجاوز مشكلة الغموض Ambiguite الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو نقص المعلومات وعدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث، وهذا ما يحدث بالنسبة للشباب أيضا عندما يعلم بوقوع الأحداث ولا يعرف مغزى الحدث أو تفسيراته.. والغموض الناتج عن نقص المعلومات أو تعارض آراء المستخدمين في هذه الشبكات، يتم حله - سواء كان صحيحا أو خاطئا - غالبا من خلال الاطلاع على مختلف الرؤى في هذا الفضاء. وبهذا يصبح من السهل تصور مسؤولية شبكات التواصل الاجتماعي في القضاء على غموض المعلومات.
- وهناك تأثيرات معرفية أخرى توضح الأدوار التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات حيث تقوم هذه الشبكات بدفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير اهتمام الشباب.
- بالإضافة إلى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تحديد ترتيب اهتمامات الشباب بالنسبة للأفكار والموضوعات التي تنشرها شبكات التواصل الاجتماعي أي ترتيب أجندة الشباب بالنسبة لهذه الموضوعات أو الأفكار اعتمادا على الترتيب الشائع لها في الاستخدام الافتراضي.
- بجانب التأثير على نظم معتقدات الشباب بزيادتها سواء كان بزيادة الفئات التي يمكن تنظيم هذه المعتقدات في إطارها أو زيادة المعتقدات في كل فئة. وذلك يؤدي إلى اتساع نظام المعتقدات بالنسبة للشباب.
- وهناك تأثيرات معرفية أخرى تظهر في حالات بناء السياق الذي تظهر من خلاله القيم. ولا تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بإيضاح القيم فقط، ولكنها تقوم أيضا بتقديم المعلومات التي تشترك فيها القيم المتباينة.

➤ التأثيرات الوجدانية: وذلك مثل مشاعر الحب والكراهية... وغيرها التي تقوم بأشكال مختلفة وفي سياقات

متعددة، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة في الفضاء الافتراضي، تؤثر على مشاعر الشباب واستجاباتهم في الاتجاه الذي تستهدفه هذه الرسائل ومن أمثلة هذه التأثيرات³:

- الفتور العاطفي: وهناك فرض يرى بأن الاستخدام المكثف لموضوعات العنف في شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى الفتور العاطفي. وهذا ما يؤكد نقص الرغبة في مساعدة الآخرين نتيجة كثافة الاستخدام الافتراضي لأعمال العنف، وبالتالي فإن الشاب يتصرف كما لو كان العنف هو الحياة الحقيقية. وإن كان علماء الاجتماع كما يقول (هايمان) لم يبدوا اهتماما بتأثيرات العنف في وسائل الإعلام على المشاعر الوجدانية للمتلقين. وهناك بعض الأدلة على أن الاستثارة النفسية التي تنشأ نتيجة الاستخدام لأعمال العنف في شبكات التواصل الاجتماعي تتناقص بمرور الزمن.

¹ - عمرو محمد أسعد، استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، أطروحة دكتوراه، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2011، ص 356.

² - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط03، عالم الكتب، مصر، 2004، ص ص 302 - 303.

³ - المرجع نفسه، ص ص 303 - 304.

- القلق والخوف: فالاستخدام المكثف للرسائل الجديدة، والانطباعات التي يوجدها المستخدمون في مجالهم الافتراضي عن الأشياء، تجعل الكثير من هؤلاء الشباب في حالة من الخوف والقلق خاصة في ظل تعدد الرؤى وتباين التفسيرات.

- التأثيرات الأخلاقية والمعنوية: وهذه تحدث نتيجة الرسائل وطبيعة المعلومات التي يكون لها تأثيرات على معنويات الشباب ومستوى الأخلاق. فالدعم المعنوي والأخلاقي لا يمكن تطويره دون تأثيرات نظم الاتصال. والمثل على ذلك أن وجود معلومات ايجابية ومنظمة حول الجماعات والفئات التي ينتمي إليها الشباب يمكن أن يكون لها تأثير معنوي عليهم، وعلى سبيل المثال نجد أن العناصر الوجدانية في تشكيل الاتجاهات يمكن أن يكون لها نتائج اجتماعية معينة. ويمكن أن نجد في فترات التوتر الاجتماعي والسياسي عددا من الاتجاهات التي يتم تشكيلها من خلال عرض السمات الشخصية للجماعات.

➤ التأثيرات السلوكية: ومن أهم التأثيرات في هذا المجال الفعالية وعدم الفعالية، أو تجنب القيام بالفعل ومفهوم

الفعالية يظهر عندما يقوم الشاب بعمل ما كان يعمل لولا استخدامه لهذه الشبكات. والتأثيرات السلوكية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية او الوجدانية، وعلى سبيل المثال نجد أن الشباب يمكن أن يرتبطوا بوجهة نظر أو حل لمشكلة نتيجة لاتجاهات تكونت لديهم بالمعرفة والمشاعر التي طورتها من خلال الرسائل في الفضاء الشبكاتي... وعلى العكس من ذلك نجد أن الرسائل المستخدمة، عندما تثير الخوف من شيء ما فإنها قد تجعل الشاب يتجنب القيام بعمل ما، وهو المقصود بالامتناع عن الفعل¹.

وفي هذا الصدد يعتبر تفسير (ملفين ديفلر) و (ساندرابول روكيتش) لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مجالا تطبيقيا متميزا لتأثير الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أنهم يفترضون قيام علاقة الاعتماد على دعمتين رئيسيتين تتمثلان في حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلي حاجاته وتحقيق أهدافه، وكذلك اعتبار نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق الأهداف².

وإذا كانت ادوار الرقابة والتحكم في المعلومات - كمخرجات للعملية الإعلامية - واضحة في وسائل الإعلام الأخرى مما يجد من الاعتماد على وسائل الإعلام في بعض الظروف، فإن نظام المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي يؤكد لدى الفرد موثوقية هذا النظام وصلاحيته لتحقيق أهدافه. وذلك لأن التواصل في شبكات التواصل الاجتماعي أحد ضرورات نظم المعلومات لاستمرار دورها وتدفعها.

¹- المرجع نفسه، ص ص 304 - 305.

²- ملفين ديفلر، ساندرابول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، تر: هشام كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للاستثمارات، مصر، 2001، ص 117.

3.3 تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب في مستويات: (التراتبية الاجتماعية، الثقافة الجماعية والذات)

➤ التراتبية الاجتماعية¹:

إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والرغبة في استثمار امكانياتها، يستدعي بالضرورة التوفر على مصادر اقتصادية معقولة للوصول إلى شبكة الانترنت، بهدف التزود بما يتوافق مع الحاجة إليها، دون أن ننسى الاستثمار في التأهيل الذي يمنح الفرد كفاءات ومهارات أداءية تدفعه إلى التعامل ببسر مع هذه الشبكات والانتفاع بها إلى أقصى الحدود.

كما أن مستوى التحكم في هذه الشبكات يندرج ضمن " لعبة" التمايز الاستخدامي المؤسس على التراتبية الاجتماعية، فالفجوة الرقمية، التي تعكس تفاوتاً فئوياً في تملك واستثمار هذه الشبكات، تمثل تمظهراً آخر من تمظهرات الهيمنة، فهي ليست سبباً في اللامساواة الاجتماعية، بل نتيجة لها. إن كون المعلومات الرقمية يتم انتاجها، واستثمارها، وتملكها، بداية، من طرف الفئات الاجتماعية المهيمنة، هو السبب في خلق ظاهرة اللامساواة في توزيعها على الفئات الاجتماعية المختلفة، وليس مرد ذلك، كما يعتقد البعض، أن المعلومات الرقمية موزعة بطريقة غير متساوية، ولهذا لا توجد اللامساواة الاجتماعية، ومالفجوة الرقمية إلا تعبير عن ظاهرة الهيمنة القائمة في المجتمعات المعاصرة، إن الفكرة التي ترى بأن ردم هذه الفجوة كفيل، آلياً، بزوال التفاوت الاجتماعي تحيل إلى فكر رغائبي أكثر من تعبيرها عن رؤية واقعية. مع ذلك، فإن عدم السعي إلى الحد منها، لن يساهم إلا في توسيع دائرة اللامساواة، وبالتالي تدعيم الوضع القائم وتركيز الهيمنة.

إن مسألة المعلومات الرقمية في شبكات التواصل الاجتماعي، لا يمكن اختصارها في القدرة على الوصول إليها من عدمه، فطبيعة هذه المعلومات والسياقات المنتجة لها والتي تظهر فيها يمكن أن تدخل في سيورة التمايز والتراتبية الاجتماعية، ولا أدل على ذلك من أن بعض مواقع هذه الشبكات تخضع لسلم تقييمات شكلية ومضامينية متميزة، وهو ما يضيف عليها قيماً متغايرة تستمد خصوصيتها من السلم التقييمي، فالموضوعات التي تشكل ماهية هذه المواقع وطرق عرضها ومعالجتها تجعلها تتجه بخطابها إلى فئات اجتماعية معينة، عاكسة بذلك أحد تمظهرات التراتبية الاجتماعية " مثل موقع [linkdin](https://www.linkedin.com/) الذي يجمع بين المستخدمين ذوي الاهتمام الواحد"، أما القول بأن هذه الشبكات سيدفع إلى تجاوز التراتبية الاجتماعية، فتلك " أسطورة" تروج لها مقولات طقوسية عن التكنولوجيات الشبكية، فهذه الشبكات يمكن أن توحى ظاهرياً بإمكانية وصول فئات اجتماعية متميزة إلى وفرة معلوماتية كبيرة

¹ - الصادق رايح، فضاءات رقمية: قراءة في المفاهيم والمقاربات والرهانات، دار النهضة العربية، لبنان، 2013، ص ص 22-24.

متنوعة، إلا أن الوصول إلى هذه الشبكات والرغبة في استكشاف مضامينها على تنوعها، حتى وإن كان فيه تامين للذات، لا يكفي لاستثمارها بأجمع السبل، فالأمر يتطلب كفايات تتجاوز التمثل التقني.

➤ الثقافة الجماعية¹:

إذا كانت المجتمعات تتميز بأشكال تراتبية تنعكس في طبيعة علاقات فئاتها بشبكات التواصل الاجتماعي، فإنها تحمل سمة أخرى لا تقل أهمية في تحديد ماهيتها، باعتبارها تحيل إلى مجموع العقد المتقاسمة والمرجعيات المشتركة بين أفرادها، فالشباب الذين يتقاسمون فضاء رمزيا ما كانوا يستطيعون فعل ذلك، لولا وجود نسق مشترك من الأطر المرجعية والدلالات، هذه البناءات الرمزية الجماعية غالبا ما تنقل عبر الحامل التكنولوجي للعصر. إن أعضاء الجماعة الواحدة يؤسسون لانتمائهم ويغذونه من خلال المضامين التي يتبادلونها إرسالا وتلقيا، ولذلك تبدو هذه الشبكات كأدوات محورية في فاعلية انتقال الذاكرة الجماعية من ناحية، والدفع بظهور فضاءات إنتاج جماعية جديدة، وخلق مساحات جماعية جديدة تكون لحمتها كثافة تبادل المعاني والدلالات بينها من ناحية أخرى، متجاوزة بذلك الأشكال التقليدية لجماعات الانتماء التقليدية.

فانتشار شبكات التواصل الاجتماعي يمكن اعتباره شكلا إضافيا من أشكال التواصل بين الفضاءات المجتمعية، كما انه أداة لخلق مرجعيات ثقافية جديدة، إذ تمنح هذه الحوامل الجديدة بعض الجماعات والأفراد إمكانية استثمار فضاءات عمومية لتطرح بها دلالات جديدة، غنية وتجديدية. وخير مثال على ذلك النمو المتسارع لظاهرة المدونات بكل أشكالها، كنتيجة للقاء والتناغم بين التكنولوجيات الرقمية الشبكية. من ناحية، والمجتمعات التي تمنح الفرد مكانة مركزية من ناحية ثانية.

لقد فعلت شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية الأفراد في التعبير عن ذواتهم والوصول إلى فضاءات جماعية جديدة، مغيرا بذلك طرق الكثير من المجتمعات في سرد ذاتها، ذلك أن الشباب في العصر الحديث، تتشكل رؤيتهم لأنفسهم وللعالم من حولهم ليس فقط انطلاقا من مرجعيات جماعية، بل أيضا من خصوصية مساراتهم التاريخية ورؤيتهم الخاصة للعالم. إن التعدد في القرارات التي تصدر عن هذه الذوات هي التي تقود إلى تشكيل الشبكات بالصيغة التي نراها عليها الآن، بل إن الأمر يتجاوز ذلك إلى إعادة النظر في خاصية ثقافية من خصائص المجتمعات المعاصر.

¹ - المرجع نفسه، ص ص 25-29.

➤ الذات المعاصرة¹:

تدرجت الكثير من المجتمعات، عبر تراكم زمني طويل في الاهتمام بالفرد ليغدو اليوم عنصرا محوريا في تشكيل بنائها وتمايزها عن المجتمعات الشمولية، فبعد أن اعترفت له بحق المواطنة، أي كمشارك فردي فاعل في الحياة الاجتماعية والسياسية وليس كعضو ضمن جماعة، شجعت على تعريف ذاته بنفسه بعيدا عن الاكراهات الخارجية.

إن انفرط عقد التجمعات الاجتماعية والثقافية المنغلقة على نفسها - كما يذهب إلى ذلك (آلان توران) في كتابه البرادغيم الجديد - قد أعطى الأفراد هامشا لبناء علاقة بذواتهم، ووعي بالحرية والمسؤولية كان حبيس الآليات المؤسسية التي تمثل دورها في فرض قيم ومعايير جماعية على الجميع. إضافة إلى التمكين لأشكال سلطوية ومجموع التمثلات الاجتماعية الغالبة. إن هوية الفرد لا تجد مرجعيتها فقط في مجموع انتماءاته العائلية أو الدينية أو المهنية. بل تنبع وتتحدد من الفرد نفسه، إن الفرد مدعو إلى اكتشاف ذاته وتأكيدا ودفع الآخرين إلى القبول بتمايزها - دون اقصاء الآخرين - بدل ردها دائما إلى التصورات الجماعية التي تلغي الفرد.

تستمد شبكات التواصل الاجتماعي قوتها ونجاحها من قدرتها على منح الأفراد أدوات عصرية لبناء هوياتهم وتأكيد تمايزهم، فهي ترتبط بالفرد ارتباطا حميميا، إذ تمكنه من التواصل مع الآخرين مع الحفاظ على " خصوصيته"، سواء وقع هذا الفعل التواصلي في البيت، أو العمل، أو الدراسة..

إن " النهم" الذي يُقبل عليه الفرد المعاصر في الفضاء الرقمي الشبكي، يجد مصدره في البحث عن اشباع رغبته في تأكيد تمايزه وفردانيته، يتجلى ذلك في الفايسوك أو المدونات ... حيث تمنح هذه الفضاءات الافتراضية المستخدمين امكانية التواصل والتبادل مع أفراد آخرين يتقاسمون نفس الاهتمامات، سواء كانوا معروفين أو غير معروفين. مع تمكينهم من عدم الكشف عن هوياتهم إذا رغبوا في ذلك. إنهم يجدون فيها وسيلة " مثالية" للتعبير عن ذواتهم دون إكراهات وتأكيد تمايزهم الهوياتي عن الآخرين. هذا التطلع يتزامن مع بعد آخر، وهو أنه بقدر حرص الفرد المعاصر على تأكيد خصوصية كينونته، فإنه يميل إلى أن يكون مع الآخرين، أي تجمع بينه وبينهم فضاءات تبادلات تفاعلية. ولكن كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في اشباع هذه الرغبة عند الشاب المعاصر في تأكيد هويته الشخصية؟.

إن التواصل التزامني أو ربما غير التزامني عن بعد يسمح لهؤلاء الشباب اختيار لحظة التواصل وتمديدتها والحفاظ عليها دون أن يتحول ذلك إلى تواصل طقوسي، كاللقاء وجهها لوجه، يأخذ مساره ضمن فضاء فيزيائي. إن الشاب

¹ - المرجع نفسه، ص ص 29-32.

ضمن هذا الحيز التواصلية الافتراضي يتحكم في تقديم ذاته بطريقة أفضل من لو أن التفاعل كان مباشرا وضمن فضاء فيزيائي.

ويذهب البعض إلى القول أن شبكات التواصل الاجتماعي بعكس ما تروجه بعض الخطابات التهويلية والتخويفية التي ترى فيها أداة لانكفاء وانطواء الأفراد على أنفسهم، تتيح لهم تكثيف علاقاتهم وتوسيعها مع أفراد آخرين من فضاءات ثقافية متنوعة، وتبادل الخبرات والتجارب الحياتية، وتقديم الرؤية الذاتية للعالم إلى الآخرين عبر استثمار امكانيات المواقع التفاعلية كمدونات والشبكات الاجتماعية. إن شبكات التواصل الاجتماعي تشكل وتجد قوتها في كونها حاملا لهذه الرغبة الجامحة عند الشباب المعاصر في تأكيد ذاته وخصوصيته. مثله في ذلك مثل الوسائط التقنية التي سبقتها، وتدعيما لهذه الرؤية، أظهرت الكثير من الدراسات المستفيضة مركزية شبكات التواصل الاجتماعي في بناء الهويات الشخصية للأفراد.

إن الرهان الفردي يمكن أن يتحول إلى رهان ثقافي (بالمعنى الانثروبولوجي) عندما لا يجد هؤلاء الشباب مصادر أخرى للتمكين لهوياتهم، وفي هذا السياق فإن المجتمعات التي تقل فيها حرية الأفراد، بمعنى غياب استقلاليتهم بالنظر إلى جماعة الانتماء. قد تغدو هذه الشبكات موضوعا لخلافات تدور حول ماهية الحياة الاجتماعية إذ تتمحور فيها الأسئلة حول المكانة التي يجب أن يتمتع بها الأفراد والجماعات، ويظل السؤال الخلافي حول قبول استقلالية الشباب عن جماعات الانتماء التقليدية، ومداهما إذا تم التسليم بها.

III. القيم الثقافية في شبكات التواصل الاجتماعي:

1. التحديات المعرفية والمنهجية لدراسة القيم الثقافية في شبكات

التواصل الاجتماعي:

1.1 المدخل السيرياني لمعرفة شبكات التواصل الاجتماعي:

ظلت السيريانية حاضرة بأفكارها الموجهة ومفاهيمها الجديدة، في كل حديث عن الاتصال في بعده الاجتماعي.. ويمكن أن ندرج أهم مساهمات السيريانية في فهم الاتصال عبر شبكات التواصل الاجتماعي عموما على النحو التالي:

- ابتكرت السيريانية مجموعة من المفاهيم الجديدة التي أخذت محلها بقوة في نماذج الاتصال الشبكي، مثل مفهوم "التغذية الراجعة"، والذي يقصد به القدرة التي تمتلكها بعض الأنماط الصناعية على إرسال واستقبال المعلومات الكفيلة بالمحافظة على توازن معطى يتحكم في سلوكها. إضافة إلى مفهومي "الوارد" و"الصادر"، للإشارة إلى الرسائل الواردة على الآلة أو الصادرة منها، وقد تستعمل في بعض المواضع بلفظي المدخلات والمخرجات¹.
- تعتبر السيريانية بحق، أصل الاتصال باعتباره يوتوبيا، أو قيمة توجه أنماط عيشنا، وتتدخل في تغيير حياتنا نحو الأفضل، فبعد أن تمكن الاتصال النابع من السيريانية، من توحيد الكثير من الأبحاث العلمية والمجهودات الفردية أو الجماعية التي كانت تشتغل حول مفاهيم الاتصال دون أن تدرك ذلك، انتقل الاتصال من كونه موحدا لهذه المعارف ليصبح موجها لحياتنا².
- مساهمة السيريانية في صياغة ما أسماه "أبراهام مولز" بالخطاطة المعيارية للاتصال، حيث يقول: "من أجل الإمام بكثرة المظاهر والظواهر التي تخلقها الوسائط الجماهيرية ووسائل الاتصال عن بعد عبر الفضاء أو الزمان، من الضروري أن نرجع تنوع الوضعيات الواقعية إلى وحدة في شكل خطاطة أساسا سندعوها بالمعيارية. إن خطاطة مرسل - قناة - مستقبل هي التي ترمز إلى الرباط الفضائي الزمني، وإلى انتقال الأشكال عبر استعمال عالم من السنن المشتركة، وبالتالي تسمح الخطاطة بتحليل مختلف الأنماط الممكنة للاتصال من أجل وضع ترتيب لأفعاله"³.

¹ - هشام الملكي، الإعلام الجديد وتحديات القيم، طوب بريس، الرباط، 2014، ص 75.

² - Philippe Breton, L'utopie de la communication: le mythe du village planétaire, Paris, la découverte, 1997, p15.

³ - بيرنار مبيج، الفكر الاتصالي: من التأسيس إلى منعطف الألفية الثالثة، تر: أحمد القصور، دار توبقال للنشر، المغرب، 2011، ص16.

وقد ساهمت السيرانية ونظرية المعلومات في بلورة مجموعة من الأفكار والتصورات حول مفهوم الاتصال، ليس كتقنية أو أداة، وإنما كروية استمولوجية، وقيمة جديدة قامت على أنقاض إيديولوجيات الحرب العالمية، وأيضا كنمط للحياة الاجتماعية، تشكل هذه الأفكار في الواقع الخلفية الفلسفية التي تتأسس عليها شبكات التواصل الاجتماعي. ولكي نبين ذلك، نبدأ بداية باستخراج أهم تلك الأفكار والتصورات وإعادة تنظيمها¹:

- التفكير نشاط مادي للدماغ، يمكن محاكاته وتقليده بواسطة آلات اصطناعية.
- يمكن تفسير الواقع بالكامل بتعايير المعلومة والاتصال.
- يتألف سلوك الكائنات جميعها من تبادل المعلومة.
- تسوية الانسان بالطبيعة والآلات، واعتماد ترابية تقوم على درجة تعقد سلوك تبادل المعلومة.
- استعمال مصطلح الاتصال لاحقا، والذي عوض عبارة " سلوك تبادل المعلومة" في كتابات (فاينر) .
- السيرانية التي تقوم على الاتصال تخلص المجتمع من العنف.
- المجتمعات " المفتوحة" القائمة على الاتصال، تنجو من الوقوع في الفوضى والأنتروبيا.
- التواصل البشري هو تبادل للمعلومات، في إطار بنية بسيطة وخطية: هناك مرسل يرسل رسالة إلى مستقبل، يفك شفرتها، ليتمكن من فهمها.
- ظهور معجم علمي جديد، من مصطلحاته: التغذية المرتدة، التشويش، نقل المعلومات، التشفير، فك التشفير، والإطباب...

هذه الأفكار التي ظهرت في منتصف القرن العشرين، تعبر عن واقع شبكات التواصل الاجتماعي ومقولاته المؤسسة بشكل واضح وجلي، فالحديث عن الطابع المادي للتفكير البشري وإمكانية تقليده، كان فاتحة أبحاث علمية جديدة أفضت إلى صناعة جهاز الكمبيوتر، كما أن الحديث عن المجتمعات المفتوحة، يعني بالضبط المجتمعات التي تتمكن من إقامة روابط اتصال شاملة، تتميز بالتشبيك والكفاءة الاتصالية، وتتجول فيها المعلومة بكل حرية ووضوح. هذا الربط بين تحقق التواصل بهذا الشكل وتحقق النظام والاستقرار في المجتمع، فيه تامين واضح للاتصال وتحواله إلى قيمة، وهذا المبدأ، هو الركيزة الأساسية لمجتمع الاتصال الحديث بحيث أن شبكات التواصل الاجتماعي وتكنولوجيا الاتصال، تقوم على مفهوم الشبكة.

لكن في المقابل، يتحدد مفهوم الشبكة الاتصالية بشكل غير دقيق عند العامة، حينما يصورونه فقط بمعنى الربط المادي بين المتواصلين بشكل شبكي، في حين أن الشبكة تجمع مقولتين أساسيتين من مقولات السيرانية: يتعلق الأمر

¹ - هشام المكي، الإعلام الجديد وتحديات القيم، مرجع سبق ذكره، ص ص 101 - 102 .

بمحو الحدود بين الإنساني والآلي من جهة، ومعاني الربط وتحويل المعلومة وسيادة الاتصال داخل المجتمع من جهة ثانية، هذا المعنى الشائني للشبكة هو ما يؤكد (جوست فان لاون) في شبكات التواصل الاجتماعي: " إن مفهوم البقاء على اتصال يمكن استكشافه بمزيد من التفصيل كمنظومة من الارتباطات بين عوامل متعددة - الحدود المشتركة بين التكنولوجيا والإنسان - إن هذه المنظومة من الارتباطات يشار إليها بكلمة شبكة". كما يقول في موضع آخر: " إن مفهوم الشبكة هو وسيلة فعالة تساعدنا على التفكير في وسائل ربط إنسانية تكنولوجية، ونقط التقاء، وحدود مشتركة. إنها وسيلة تجريبية لوضع مفهوم الوجود الشبكي"¹.

2.1 تحديات القيم الثقافية في سيرانية شبكات التواصل الاجتماعي:

فما هي التحولات القيمة التي تطال مفهوم الإنسان نفسه في شبكات التواصل الاجتماعي؟

في الواقع يتعلق الأمر، بعملية إعادة تركيب مفهوم جديد للإنسان بشكل كامل، وذلك عبر تجريد مفهوم الإنسان من كل الحمولات والتصورات السابقة، وإعادة تركيب رؤية جديدة، تتميز بخاصيتين اثنتين:

➤ إلغاء السند البيولوجي:

أول ما تتميز به هذه الرؤية، هو تخلصها من السند البيولوجي الذي اعتبر خلفية لكل التصنيفات العرقية على مر التاريخ، من هنا، لم نعد نتحدث عن الإنسان، وإنما عن الكائن الاتصالي: ما يميز هذا الكائن الاتصالي، هو قدرته على انجاز العمليات العقلية، وهي رغم تعقيدها ذات طبيعة مادية ومستقلة عن الجسد البيولوجي في نفس الوقت، لذا من الممكن نقلها إلى دعائم أخرى ذات طبيعة صناعية، وقادرة أيضا على انجاز عمليات تحاكي التفكير البشري، ونقصد هنا أجهزة الحاسوب التي تتجاوز قدراتها كفاءات العقل البشري.

يتم هنا تسوية الإنسان بالآلة، ويبرز الحديث عن " الكائن الاتصالي" بدل الإنسان. ويستنتج (فيليب بريتون) " أن الإنسانية الجديدة تخص كل الناس، لكن يمكنها أن تتوسع أيضا إلى كافة الكائنات المرشحة لكيان - الشريك الاتصالي - كامل الحقوق"².

وأفضى الحديث عن محاكاة الذكاء الإنساني إلى ابتكار آلات تحاكيه، لترقى تلك الآلات إلى مرتبة الإنسان، فيتحدد هو على ضوءها، ويدافع (فاينر) عن هذه الفكرة قائلا: " أؤيد أن اشتغال الفرد الحي واشتغال بعض آلات

¹ - جوست فان لاون، تكنولوجيا الإعلام: رؤى نقدية، تر: شويكار زكي، مجموعة النيل العربية، مصر، 2009، ص ص 164 - 165.

² -Philippe Breton, Ibid, p52.

النقل الحديثة على وجه الدقة متكافان¹. وعملية تسوية الإنسان بالآلات تركز على التقارب الوظيفي بين التفكير البشري والعمليات المنطقية التي يقوم بها الحاسوب، ولإكمال عملية التسوية هذه، لا بد من إلغاء السند البيولوجي للإنسان..

ولهذا حتى عندما نريد أن نفرّد الحديث حول الإنسان تحديداً- لأن مفهوم الكائن الاتصالي يشمل الآلات أيضاً- لا نستعمل كلمة إنسان، بل نتحدث عن " الإنسان المتواصل" وهو كائن من دون داخل ومن دون جسد، والذي يعيش في مجتمع دون أسرار، كائن متوجه بكلّيته نحو الاجتماعي، وهو لا يوجد عبر المعلومة والتبادل، في مجتمع أصبح شفافا بفضل آلات الاتصال².

وتصبح المعلومة الآن ملازمة لهوية الإنسان، كما لم يعد إلغاء الجسد مقتصرًا على تقابل الإنسان مع الآلة.. فماداما من طبيعة واحدة هي الكائن الاتصالي، فلا حرج في دمجها.. وهو التفكير الذي وجه تكنولوجيا المعلومات حاليا، نحو إلغاء الحدود بين العضوي وغير العضوي.. يشرح (نبيل علي): " حطمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ثنائية العضوي وغير العضوي - الحيوي وغير الحيوي - وقد شرعت تكنولوجيا المعلومات بالفعل في المؤلفة بين الفيزياء والتكنولوجيا في مجال تخصصها، وذلك بدمجها بين العناصر الفيزيائية والبيولوجية في التكنولوجيا - البيوسيليكون- التي يجري تطويرها حاليا لتطوير وحدة بناء أساسية للكمبيوتر أكثر كفاءة..."³ ، وتحقق شبكات التواصل الاجتماعي نبوءة (مارشال ماكلوهان) صاحب عبارة " القرية الكونية" ، لكون وسائل الاتصال هي امتداد لجسم الإنسان، إذ ضاعفت شبكات التواصل الاجتماعي من قدرات الحواس البشرية، فصرنا نرى ونسمع لآلاف الكيلومترات، وصارت شبكات التواصل الاجتماعي أكثر فأكثر سهولة والتصاقا بأجسامنا..

➤ إلغاء المركزية الإنسانية:

إن ربط تعريف الإنسان بالمعلومة يحيل على الخاصية التبادلية لهذه الأخيرة، إذ أن المعلومة لا قيمة لها إذا لم تدخل في شبكة من التداول والاستعمال.. وكذلك الإنسان الاتصالي: لا يتحدد بفر دانيته وتعبيره عن ذاته، وإنما بانتظامه ضمن السلوك الاتصالي الاجتماعي، وانخراطه غير المشروط ضمن شبكات التبادل..

يقول (فاينر) : " أن تكون حيا، يعني أن تشارك في تيار مستمر من التأثيرات الواردة من العالم الخارجي ومن العالم الأفعال المؤثرة على هذا العالم والذي لا تمثل فيه غير مرحلة وسيطة. إن امتلاك وعي كامل بالأحداث في

¹ هشام المكّي، الإعلام الجديد وتحديات القيم، مرجع سبق ذكره، ص105.

² - Philippe Breton, Ibid, p50.

³ - نبيل علي، العقل العربي ومجتمع المعرفة: مظاهر الأزمة واقتراحات الحلول، الجزء الأول، سلسلة عالم المعرفة، العدد: 369، نوفمبر 2009، ص122.

العالم، هو مشاركة في التطور الثابت للمعرفة ولتبادلها بشكل حر." وقد يوحي هذا المقطع بداية بأن "الإنسان الاتصالي" فاعل في عملية الاتصال، وناقل ايجابي للمعرفة لكن قراءة أكثر تبصرا ستوحي بالعكس تماما: "فالتيار" عادة ما يسوق أمامه كل ما يقع في طريقه، ولا يترك للأشياء التي يجرفها حرية التوقف أو تغيير الاتجاه.. هذا من جهة. من جهة ثانية نثقف عند قول (فاينر):.."والذي لا تمثل فيه - يقصد تيار الاتصال - غير مرحلة وسيطة.."1.

وهنا نتساءل عن مكانة الإنسان الذي شغل مركز الكون في كل الفلسفات الموالية لعصر النهضة، ووصف بأنه متميز عن سائر المخلوقات، وهو سيد لها، بفضل سلطان العلم والتقنية، ذلك الإنسان أصبح الآن مجرد وسيط، أو مرحلة في تيار تبادل المعلومة، مثله مثل باقي الكائنات الاتصالية الأخرى والتي قد تتفوق عليه على مستوى تعقيد أدواتها.

واعتبار أن الإنسان وسيطا، يعني أنه لا يتحدد إلا في سياق اجتماعي تبادلي.. هذا الأمر قد يكون رد فعل على العنف الذي خلفته الحرب العالمية الثانية، والتي كسرت تفوق العرق، عبر تصنيفات متعددة للإنسان، تأخذ الجسد البيولوجي أساسا لها.. لذا صار من اللازم نزع الجسد، وتسوية جميع الناس.. الأمر الذي انتبه إليه (فيليب برنتون)، ويعلق على ذلك قائلا: "إنسان الرابط الاجتماعي الذي سيؤسس المثال الحديث للاتصال يتشكل إذا كأطروحة مضادة بشكل شبه تام لإنسان (نيتشه) -الفائق- . إنه يمتنع عن أن يقاد من الداخل بفعل قوى غامضة، لا يمكنها قيادته إلا نحو العنف، نحو إقصاء الآخر، من أجل أن يخضع نفسه للضغوط الحقيقة في المجتمع. وهكذا فإن مجتمع الاتصال يرفض الإقصاء"2.

وإن كان الاتصال يفرض إقصاء من نوع جديد: إنه إقصاء ذو سند تقني.. إذ لا يمكن للأمين، والذين لا يتقنون لغة الحاسوب، ومن لا يحسنون التعامل مع آلات الاتصال الفائقة التكنولوجيا.. لا يمكن لكل هؤلاء أن ينخرطوا في مجتمع الاتصال. هذا ما ينبغي إليه بشكل أساسي. من جهة أخرى، تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي وتكنولوجيا الاتصال بشكل عميق كل أبعاد حياتنا الاتصالية، والأمثلة كثيرة ولا مجال لحصرها.

في حين يجرد الإنسان من مركزيته، ويصبح مجرد وسيط مادي في شبكات التواصل الاجتماعي، وأحد العناصر التي تدعم جودة الاتصال، يفقد الإنسان بالتالي كل أشكال القداسة والتكريم التي اكتسبها على مر قرون عديدة. هذا ما يظهر في توظيف شبكات التواصل الاجتماعي للمآسي الإنسانية وتحويلها إلى مجرد معلومة ، ونقصد

¹ - هشام المكى، الإعلام الجديد وتحديات القيم، مرجع سبق ذكره، ص108.

² - Philippe Breton, Ibid, p98.

بالتحديد فيديوهات الهواة مثلا والتي تصور مشاهد الغرق أو حوادث السير وتبثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.. ومختلف منابر الإعلام الجديد، في حين الأولى هو مد يد المساعدة وليس الانشغال بالتصوير. وحتى في حال استحالة مد يد العون لا يبرر ذلك تحويل الإنسان الآخر إلى موضوع معرفة أو تسلية وتشبيئه على حد تعبير الفيلسوف (جون بول سارتر)، في غياب أي مسؤولية أخلاقية وإنسانية.

أما رواد شبكات التواصل الاجتماعي، فيكرسون قتل المسؤولية الأخلاقية والتعاطف الإنساني، حينما يسارعون إلى الفرجة والمشاركة، في غياب أي إحساس بالمسؤولية عن محتوى هذا الفيديو، فنحن نشاهد جميعا صور المجاعة في إفريقيا ونشاركها منذ مدة...

ومن مظاهر تحول القيم الإنسانية أيضا، تراجع مكانة الإنسان إلى مجرد وسيط لسريان المعلومة، وهو ما نفعله فعلا حينما نشارك محتوى أعجبنا في الفايسبوك مثلا، إذ نصبح مثل سلك كهربائي يمرر التيار فقط، والأدهى من ذلك هو ما تعمل عليه مواقع التواصل الاجتماعي مستعينة بالهواتف الذكية للقضاء على الخصوصية الفردية والمجال الخاص، فكل تفاصيل حياتنا اليومية تصبح شأنا عاما بفضل مواقع التواصل الاجتماعي: نشارك صورنا الخاصة ونشارك أحداثنا العائلية، بل نشارك أحيانا تفاصيل تافهة..

3.1 التحديات المنهجية للبحث في القيم الثقافية في شبكات التواصل الاجتماعي:

يطرح البحث في قيم شبكات التواصل الاجتماعي إشكالات أخرى، لا ترتبط هذه المرة بالقيم - كما ذكرناه سالفًا في الإطار المنهجي - بقدر ما ترتبط بشبكات التواصل الاجتماعي نفسها، ولعل من أهم هذه الإشكالات، التوسع الدلالي المفرط للمصطلح، إذ تحيل شبكات التواصل الاجتماعي على الأقل إلى مجالين إعلاميين متميزين¹:

- شبكات التواصل الاجتماعي القائمة على شبكة الانترنت وتطبيقاتها، وهو دائم التوسع والتغير، نتيجة للتطورات التكنولوجية المتسارعة...

- شبكات التواصل الاجتماعي القائمة على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف، والهواتف الذكية... وهو مجال ينمو بسرعة وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة.

وبشكل عام، فإن دراسة القيم في أي مؤسسة إعلامية، تقتضي رصد تلك القيم على ثلاثة مستويات²:

¹ - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص33.

² - هشام المكّي، الإعلام الجديد وتحديات القيم، مرجع سبق ذكره، ص 129 - 130.

➤ **مستوى المدخلات:** ونقصد به مختلف النظريات التواصلية والإعلامية، والمواد العلمية التي تلقاها الصحفي أثناء تكوينه وإعداده لممارسة مهنته، بالإضافة إلى قناعاته الشخصية واختياراته الثقافية والإيديولوجية، هذه المكونات هي التي تصنع تصورا مبدئيا للقيم، وتصنيفا معياريا لها في ذهن الإعلامي، وبالتالي سيستحضر هذا الأخير الجانب القيمي في ممارسته الإعلامية وفق تصور نظري تحدده العوامل سالفة الذكر.

➤ **مستوى الجهاز الإعلامي:** وهنا ينبغي دراسة أشكال حضور القيم على مستوى الخط التحريري للمؤسسة الإعلامية من جهة، والنصوص القانونية المنظمة لها من جهة ثانية، مثل قانون الصحافة.. لأن من شأن هذه الاختيارات التحريرية والنصوص القانونية، أن تضع نوعا من القيود على ممارسة الصحفي، وتتحكم في مدى استلهامه لتكوينه النظري على مستوى الواقع، كما تحدده له ما سيرز من قيم وما سيخفي، أي أولويات الاشتغال.

➤ **مستوى المخرجات:** ونقصد هنا الدراسة التحليلية للمضامين التي تنتجها الوسيلة الإعلامية، أي رصد ودراسة القيم المروجة في المحتويات الإعلامية، من خلال دراسات تحليل المضمون، والتي ستسمح بتعرف قيم الإعلام الحقيقية المروجة، وتلك هي التي ستؤثر في الجمهور بشكل مباشرة.

وبالعودة إلى شبكات التواصل الاجتماعي، سنلاحظ أن الإشكالات المنهجية والبحثية عموما ستتضاعف في كل مستوى من هذه المستويات:

➤ **على مستوى المدخلات:** توصف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها استطاعت إزالة الفوارق بين المنتج والمستهلك، بحيث تحول الجمهور المستهلك، إلى منتج للمعلومة ومروج لها، وهو الأمر الذي يصفه الباحث (دريك كروكهوف) قائلا: " في مجتمع الشبكات، يكون الانتقال السريع الحقيقي للقوة من المنتج إلى المستهلك، ويكون ثمة إعادة توزيع للسلطة وللقوة، نظام الشبكة حقق حلم كارل ماركس: أن تكون أدوات الإنتاج بيد العمال"¹. وهنا لن نتعامل مع صحافيين تلقوا تكوينا نظريا يوجه ممارساتهم الإعلامية، ويجعل منهم مخاطبا واحدا، لهم منهجيتهم الخاصة في التفكير، ولغته الخاصة التي ينبغي مخاطبتهم بها، بل سنتعامل عمليا مع كل فئات المجتمع، أي مع كل من يتعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب وغيرهم، وهم يمثلون خليطا غير متجانس من الأفكار والتصورات والانتماءات الإيديولوجية، كما أن الأمر يزداد صعوبة حينما نتذكر أنهم لا يمتلكون لغة الإعلام، ولا يدركون منطقها الخاص، ولم يتلقوا أي تكوين إعلامي. بالتالي، لن نكون أمام إطار مرجعي واحد للمرسل في شبكات التواصل الاجتماعي، يستمد منه

¹ - محمد نظيف، الحوار وخصائص التفاعل التواصلية، ط01، منشورات افريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2010، ص 33.

تصوره للقيم عموما، وللقيم الخيرية، ولأخلاقيات العمل الصحفي.. بل ستتعدد الأطر النظرية بتعدد أنواع " المرسل " في شبكات التواصل الاجتماعي.

➤ **على مستوى الجهاز الإعلامي:** تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي في أغلبها إعلاما غير مؤسسي، إعلاما متحررا بامتياز، لا تنظمه قوانين ولا تتحكم فيه أجهزة الرقابة كما هو الأمر في المؤسسات التقليدية، فلا يمثل لقوانين ولا لأخلاق ولا يمكن ضبط محتوياته أو محاسبتها في كثير من الأحيان.. وهو الأمر الذي يصفه (هاوارد رينغولد) قائلا: " تكمن الأهمية السياسية للاتصال عبر الكمبيوتر في مقدرته على تحدي الاحتكار السياسي الكهنوتي القائم لوسائل الاتصال الجبارة. وإن هذا بالطبع يعزز الديمقراطية، التي تقوم على أساس الفرد"¹. وبالتالي لا يمكن أن نتصور اتجاهها واحدا للقيم، تفرضه جهة ملزمة ما، إلا ما كان من تحديات تقنية تفرضها طبيعة الوسيلة التكنولوجية ذاتها.. وهذا الأمر يصعب معه دراسة هذه القيم بنفس العتاد النظري ونفس الإشكالات البحثية، بل ينقل الأمر من حقل الدراسات الإعلامية الخاص، إلى حقل البحوث الاجتماعية العام. من جهة أخرى، نحن لسنا أمام شكل واحد تسهل دراسته نسبيا، بل أمام أشكال متعددة ومتنوعة، فهل نستطيع دراسة القيم مثلا في المواقع الإخبارية، بنفس منهج دراستها في شبكات التواصل الاجتماعي؟، أم أننا نحتاج لتطوير مجموعة من المناهج البحثية تبعا لتعدد مجالات شبكات التواصل الاجتماعي نفسه؟.

➤ **على مستوى المخرجات:** قد يكون هذا المستوى هو الأسهل للرصد والتحليل، ونقصد هنا رصد ودراسة محتويات شبكات التواصل الاجتماعي، وإن كان هذا الجانب بدوره يصطدم بإشكالات لعل أهمها ضرورة حصر عينات الدراسات، وبيان منطق الحصر والاختيار، بالإضافة إلى صعوبة تعميم النتائج واستنتاج القواعد والخلاصات العامة، لعدم تجانس شبكات التواصل الاجتماعي، مما يفرض قسرا على الباحثين، الاشتغال ضمن " جزر " بحثية متعددة².

¹ - يحي الياحيوي، في القابلية على التواصل: التواصل في محك الانترنت وعوامة المعلومات، ط1، منشورات عكاظ، المغرب، 2010، ص19.

² - المرجع نفسه، ص 20.

2. القيمة المركزية ومجالاتها في شبكات التواصل الاجتماعي:

1.2 نُظْم القيم:

نحن نستعمل هنا كلمة "نظم" جمع " نظام" بدل كلمة "منظومات" كجمع "للمنظومة"، لأننا نريد أن نعطي للأولى معنى أعم من الذي نعطيه للثانية، بالمنظومة نترجم بها اللفظ الأجنبي "System , Systéme" والتي تعني مجموعة من العناصر تقوم بينها علاقات معينة يستمد منها كل عنصر هويته ووظيفته - كالمنظومة الشمسية مثلا - أما "النظام" فنترجم بها كلمة Ordre , Order وهي تعني الشيء نفسه تقريبا، ولكن مع وضوح فكرة الترتيب والتتابع فيها أكثر.. والقيم في كل ثقافة تشكل ليس فقط منظومة أو منظومات، بل هي أيضا "نظام" بمعنى "ترتيب" أو سلم¹.

ذلك أن القيم في كل ثقافة، ليست كلها في مستوى واحد، بل هناك قيم أساسية أو رئيسية تتفرع عنها مجالات قيمة أخرى تنشط فيها بقية القيم، وأكثر من ذلك يمكن التمييز في كل ثقافة بين ما ندعوه هنا بـ " القيمة المركزية" التي تنتظم حولها جميع القيم، في عصر من العصور، وبين المجالات القيمية الأخرى، هذا من جهة، ومن جهة أخرى لا بد من التنبيه إلى أننا قصدنا استعمال عبارة "نظم" بالجمع قصدا، فالثقافة العربية قد عرفت عدة نظم من القيم وليس نظاما واحدا، وإذا نحن تحدثنا عن هذه النظم بالمفرد "نظام" فالمقصود هو محصلة تلك النظم².

فالثقافة العربية الإسلامية كانت ولا تزال مسرحا تلتقي فيه عدة موروثات ثقافية: فمنذ عصر التدوين، الذي تلا عصر الفتوحات مباشرة، برز الموروث الفارسي " الذي تجسدت فيه قيمة الطاعة كقيمة مركزية"، والموروث اليوناني "الذي تجسدت فيه قيمة السعادة كقيمة مركزية"، والموروث الصوفي " الذي تجسدت فيه قيمة الفناء كقيمة مركزية" علاوة على الموروث العربي الخالص " الذي تتجسد فيه المروءة كقيمة مركزية"، والقيم الإسلامية في الموروث الإسلامي الخالص. كمكونات رئيسية وأساسية في الثقافة العربية، وبما أن كل واحد من هذه الموروثات الخمس كان امتدادا لثقافات مكتملة وراسخة، فقد كان لا بد أن يحمل معه بصورة أو بأخرى، نظام القيم الخاص بالثقافة التي يمثلها³.

وبطبيعة الحال كان لا بد لهذه النظم - وهي تتزاحم على مسرح الثقافة العربية- من أن يحصل بينها احتكاك وتداخل وتلاقح ومنافسة وصراع...، وبالتالي كان لا بد من بروز هيمنة هذا النظام من القيم، الخاص بهذا الموروث أو ذلك، في هذا العصر أو ذلك، فينتج عن ذلك ما نسميه بـ"المحصلة"، التي تبرز كممثل للثقافة العربية الواحدة وبالتالي

¹ - محمد عابد الجابري، العقل الأخلاقي العربي: دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2001، ص21.

² - المرجع نفسه، ص22.

³ - المرجع نفسه، ص22.

كـ "عقل أخلاقي عربي"*، والحق أن الأمر يتعلق هنا بـ"محصلة اعتبارية فقط virtuelle، أما في الواقع المعيش فالتنافس والصراع بين نظم القيم لا يكاد يهدأ حتى يستيقظ في جميع المجتمعات، خاصة منها تلك التي شيدت لنفسها إمبراطوريات، ومن هنا القلق شبه الدائم الذي تعاني منه هذه المجتمعات، والمجتمع العربي كان طوال تاريخه المديد ومازال إلى اليوم، مجتمعا قلقا على مستوى القيم على الأقل¹.

وفي المجتمعات المعاصرة بعد التطور الحاصل على مستوى التقنية، التي أصبحت مظهرا من مظاهر المجتمعات الحديثة، برزت قيم جديدة وقيم جديدة - قديمة*، تحاول أن تتمركز داخل البناء الاجتماعي، إلا أن ما يميزها أنها تتجسد من خلال إرادة الفرد واستخدامه لها، فبالتالي أصبحنا لا فرق بين الفعل والقيمة لارتباطهما وتداخلهما في الحياة اليومية للفاعلين في استخدامهم للتقنية، ومن هذه القيم التي فرضت نفسها داخل المجتمعات الشبكية قيمة التواصل، والتي نعتبرها "قيمة مركزية" في هذا المجال.

فشبكات التواصل الاجتماعي أعادت تشكيل جغرافيا العلاقات الاجتماعية، وأعاد ترتيبها وتنظيمها وفق قيم وأولويات جديدة، فالاتصال يستغرق الانساني ويعيد تشكيله، وفي مجتمعات الاتصال، نتحدث عن الانسان الاتصالي Homo Communicant، وهو رأي (فيليب بريتون): " كائن من دون جسد، كائن متوجه بكليته نحو الاجتماعي، وهو لا يوجد إلا عبر المعلومة والتبادل، في مجتمع أصبح شفافا بفضل آلات الاتصال"².

والسؤال الذي يجب علينا طرحه في هذا المجال، هل التواصل قيمة؟

للإجابة على هذا السؤال ينبغي أن نطرح مرجعيات متعددة، منها ما هو تأصيلي يرتبط بمفهومنا للقيمة في حد ذاتها، والتي ذكرنا سالفا أن مصدرها الدين، وكذلك اعتبار التواصل محركا "للهايتوس" الذي يتجسد في المجتمعات الافتراضية من خلال عملية "سلطة الاتصال" وارتباطه بالممارسة والاستخدام، وأخيرا تبين دوافع توصيف قيمة التواصل بالمركزية دون غيرها من القيم الأخرى.

* - يدلل هذا المفهوم على ثقافة تقوم أصلا على تعدد النظم المعرفية والنظم الأخلاقية، فضلا عن التعدد السياسي، سواء على مستوى المحددات أو التحليلات.

¹ - المرجع نفسه، ص22.

* - تجدر الإشارة إلى أننا نقصد هنا القيم التي تنشط في الفضاء الرمزي الافتراضي، وبالضبط شبكات التواصل الاجتماعي التي نعتبرها مجالاً للدراسة.

² - Philippe Breton, L'utopie de la communication, p50.

2.2 التواصل كقيمة " مركزية " :

➤ قيمة التواصل: رؤية تأصيلية

ينبغي الإشارة أولاً إلى أن القرآن الكريم لم يورد صراحة لفظ " التواصل"، لكن قد أورد صريح لفظ عبارة أصل التواصل وهي "وَصَلَ"، وهذا ما نراه في الآيات الكريمة التالية، والتي جاءت كلها بطابع الأمر:

- قال تعالى : ﴿ الَّذِينَ يَنْقُضُونَ عَهْدَ اللَّهِ مِنْ بَعْدِ مِيثَاقِهِ وَيَقْطَعُونَ مَا أَمَرَ اللَّهُ بِهِ أَنْ يُوصَلَ وَيُفْسِدُونَ فِي الْأَرْضِ أُولَئِكَ هُمُ الْخَاسِرُونَ ﴾¹.
- قال تعالى : ﴿ وَالَّذِينَ يَصِلُونَ مَا أَمَرَ اللَّهُ بِهِ أَنْ يُوصَلَ وَيَخْشَوْنَ رَبَّهُمْ وَيَخَافُونَ سُوءَ الْحِسَابِ ﴾².
- قال تعالى : ﴿ وَالَّذِينَ يَنْقُضُونَ عَهْدَ اللَّهِ مِنْ بَعْدِ مِيثَاقِهِ وَيَقْطَعُونَ مَا أَمَرَ اللَّهُ بِهِ أَنْ يُوصَلَ وَيُفْسِدُونَ فِي الْأَرْضِ أُولَئِكَ لَهُمُ اللَّعْنَةُ وَلَهُمْ سُوءُ الدَّارِ ﴾³.
- قال تعالى : ﴿ إِلَّا الَّذِينَ يَصِلُونَ إِلَى قَوْمٍ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ مِيثَاقٌ ﴾⁴.
- قال تعالى : ﴿ وَلَقَدْ وَصَلْنَا لَهُمْ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴾⁵، وكما وردت بصيغة "وصلنا" فالتوصيل مبالغة الوصل، وحققيقة الوصل رفع الحائل بين الشيئين أي أكثرنا لقريش القول موصولاً بعبءه ببعض⁶، أي أتبعنا بعضه بعضاً، وبعثنا رسولا بعد رسول، وقرأ الحسن "وصلنا": مخففاً، وقال أبو عبيدة والأحفش: معنى "وصلنا" أتمنا كصلتك الشيء، وأصلها من وصل الحبال بعضها ببعض⁷.

ونرى بأن التواصل مصدره "الوصل"، وهو أمر إلهي ويخص الأمور التي أمرنا الله بها على هذه البسيطة لتحقيق معنى التواصل، وهذا يدخل فيه أشياء كثيرة، فإن الله أمرنا أن نصل ما بيننا وبينه بالإيمان به والقيام بعبوديته، وما بيننا وبين رسوله بالإيمان به ومحبهه وتعزيزه والقيام بحقوقه، وما بيننا وبين الوالدين والأقارب والأصحاب وسائر الخلق بالقيام بتلك الحقوق التي أمر الله أن نصلها⁸. وفي اعتقادنا أن هذا الوصل هو المعنى الراقى والمستوى الأمثل للتواصل حينما نتمثل لأوامر الله تعالى فيه، ونتقيد برسائله - القرآن الكريم -، وإتباع المرسلين.

¹ - سورة البقرة، الآية 27.

² - سورة الرعد، الآية 21.

³ - سورة الرعد، الآية 25.

⁴ - سورة النساء، الآية 90.

⁵ - سورة القصص، الآية 51.

⁶ - اسماعيل حقي البروسوي، تفسير روح البيان، مطبعة العثمانية، اسطنبول، 1331هـ، ص 413.

⁷ - تفسير القرطبي، ص 25.

⁸ - عبد الرحمن بن ناصر السعدي، تيسير الكريم الرحمان في تفسير الكلام المنان، دار الكتاب العربي، سوريا، 1998، ص 159.

أما التواصل الإنساني وهذا الذي يهمننا في هذا الأمر، فقد ورد في القرآن الكريم على ثلاثة مراتب:

- **المرتبة الأولى " التعارف "** : قال تعالى : ﴿ يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا ﴾¹، وهو من القيم الإنسانية، التي لا تستغني عنها الأمم والأفراد، ولا يمكن تحقيق العلاقات التعاملية بدونها، ولذلك يقول القرطبي: " خلق الله الخلق بين الذكر والأنثى، أنسابا وأصهارا، وقبائل وشعوبا، وخلق لهم منها التعارف، وجعل لهم بها التواصل"²، فبالتعارف يحصل التواصل.
- **المرتبة الثانية " التعامل "** : وهو الوجه الظاهر للتواصل، وهذا ما أشار إليه كل من (كلاس فريتزما) و (باتركيا جونسون) بقولهما: "إن التواصل ليس عن طريق اللغة فحسب، وإنما أيضا من خلال كل أشكال السلوكيات"³، ولقد ركز الاسلام على السلوكيات وحسن الخلق وأهميتها التي لاتقل عن أهمية الأمور المادية وقد نزيد، يقول محمد أديب الصالح: " فبناء الانسان على العقيدة الراسخة ومكارم الأخلاق من ود وإيثار وتعاون على البر والتقوى، لا يقل أهمية عن بناء الطاقة المادية والاقتصادية إن لم يكن أهم"⁴، وقال تعالى: ﴿ادفع بالتي هي أحسن فإذا الذي بينك وبينه عداوة كأنه ولي حميم﴾⁵، ولقد حث الاسلام أيضا على حسن التعامل مع مع غير المسلمين، بل وأمر بالبر والإحسان إليهم حتى وإن خالفوهم في الدين، فقال سبحانه وتعالى: ﴿ لا ينهاكم الله عن الذين لم يقاتلوكم في الدين ولم يخرجوكم من دياركم أن تبروهم وتقسطوا إليهم إن الله يحب المتقسطين ﴾⁶.
- **المرتبة الثالثة " الألفة "** : قال تعالى ﴿ واعتصموا بحبل الله جميعا ولا تفرقوا واذكروا نعمت الله عليكم إذ كنتم أعداء فألف بين قلوبكم فأصبحتم بنعمته إخوانا ﴾⁷، ألفه إلفا وألفا وإلafa: أنس به وأحبه، ومن الطبيعي بعد التعارف وبناء العلاقات والتعامل أن تنشأ الألفة في العلاقات التي بنيت⁸، ويذهب الشيخ (محمد عبده) لأبعد من هذا فيقول: " ألم تر أن الله جعل اتفاق الرأي في المصلحة العامة والاتصال بصلة الألفة في المنافع الكلية سببا للقوة واستكمال لوازم الراحة في هذه الحياة الدنيا، والتمكن من الوصول لخير الأبد في الآخرة"⁹.

¹ - سورة الحجرات، الآية 13.

² - القرطبي، مرجع سبق ذكره، ص217.

³ - Klaas Wiertzema, Patricia Jansen, Basisprincipes van communicatie, pearson education, amsterdam, 2005, p14.

⁴ - محمد أديب الصالح، بناء على منهاج النبوة تبيان المعالم.. والأخلاق، مكتبة العبيكان، الرياض، 2007، ص 23.

⁵ - سورة فصلت، الآية 34.

⁶ - سورة الممتحنة، الآية 08.

⁷ - سورة آل عمران، الآية 103.

⁸ - سعدي أبو حبيب، القاموس الفقهي لغة واصطلاحا، دار الفكر، دمشق، 1988، ص21.

⁹ - محمد عبده، المسلمون والإسلام، دار الكتب العربية، 1974، ص46.

إن طرحنا للتأصيل العام "للتواصل"، ليس الغرض منه استعمال النص القرآني لتحقيق قيمة التواصل، بقدر ما هو تأكيد على أن التواصل قيمة فطرية ربانية*، اعتبرها العديد من الباحثين السابقين فعلا أو سلوكا يقوم به الفرد داخل الجماعة، وهذا ما ينعكس في الرؤية التمثيلية التي ظلت سائدة في بحوث الاتصال من خلال تمثيل التواصل في عناصر محددة، بحيث تساعدنا هذه العناصر على فهم مكونات التواصل، لكنها لا تعطينا المعنى الحقيقي له.

إن التواصل يكمن معناه في قيمته حتى وإن كان ليس بفعل ظاهر - الاتصال الصامت -، وهنا نحن ننظر للتواصل بنظرة "معيارية"، فكل تواصل هو مرتبط بقيمة، يهدف إلى الوصول إليها، لتبقى بقية العناصر المكونة للتواصل "المرسل و.." هي من تحدد نسبة نجاحه في الارتباط بالقيمة، وهنا لا يمكننا أن ننسى العوامل البيئية والسياقية وظرف إنتاج الرسالة في تحديد معنى القيمة لدى كل من المرسل والمستقبل.

ومع ظهور التشبيك الاجتماعي الافتراضي، فقد وجد المستخدم نفسه أنه يجب عليه إلا أن يتواصل، حتى وإن كان سلبيا في استخدامه لهذه الشبكات من خلال الاطلاع فقط على كل ما هو جديد- وهذا أمر قلما يحدث في شبكات التواصل الاجتماعي - إلا أنه في حقيقة الأمر يتواصل مع رموز هذا الفضاء. إذا القيمة المركزية في المجتمعات الافتراضية عموما وفي شبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، هي "التواصل" أما بقية القيم الأخرى أو المجالات أو الأبعاد التي سنأتي على ذكرها لاحقا، فكلها ترتبط بالقيمة المركزية.

➤ التواصل والهايتوس والاستخدام:

في الواقع أن التحليل "التكويني" والتحليل البيوي ستم ممارستها هنا في آن واحد، ذلك لأننا سنتناول كل مجال من خلال "القيمة المركزية"، والنظر إلى مجال ما من خلال ما تتشكل فيه "القيمة المركزية"، يعني التعامل مع هذا المجال كبنية، أي أننا اعتمدنا على المنظور البيوي، أما جانب التكوين فستتم معالجته من خلال النظر في تفاصيل هذا المجال أو ذلك، ثم في علاقة التأثير والتداخل بين المجالات نفسها، وبين هذه المجالات والأبعاد الثقافية والهدف الأمثل للتواصل.

* - قد يعاب علينا أننا نتجه إلى إسقاط النص أكثر من الاستفادة منه - وهو أمر حاولنا تجنبه من خلال العنصرين المواليين - ، وبأنه ينبغي علينا الابتعاد عن الإيديولوجيات في مثل هذه المخطات العلمية، إلا أنه من بداية ظهور وسائل الإعلام فقد ارتبطت بالدين، ففي عام 1965 كتب (بيرى ميلبر) واصفا الصيغة البروستانتية للاتصال الأمريكي: "الإجماع بين الطوائف البروستانتية، والذي قد يبدو للوهلة الأولى خارقا للعادة، قد أحدثه التلغراف والصحافة التي أعلنت ونشرت حماس التعاطف المسيحي، مع البشارة الحافلة بالخيرات، من حشود تم تجميعها في آن واحد في كل مدينة، في الواقع تقريبا، جمعت أمة معا في صلاة جامعة، ولا يمكن أن يكون محض صدفة فقط أن تتزامن تلك الحركة مع كابل الأطلسي، إذ شكلا معا طلائع سبقت النصر الروحي النهائي، كانت صحوة عام 1858 حيوية لبرنامج تفعيل الحلم الأمريكي بتبسيط التكنولوجيا".

(المصدر: Miller Perry, The life of the mind in America, brace and world, New York, 1965, p91) .

هذا الاختيار المنهجي، أمله علينا الرؤية النظرية التي طرحناها في المدخل النظري للدراسة، وهي تقوم على مبدئين

أثنين:

- المبدأ الأول: اعتبار القيمة المركزية "التواصل" هي المحرك للهابيتوس الافتراضي، لأنها هي من تُفعل المبدأ المولد للإستراتيجية، لتمكين الفاعلين من التوافق مع المواقف غير المتوقعة والدائمة التغير على مستوى هابيتوس الفرد أو الجماعة أو المجال.

- المبدأ الثاني: أن الاستخدام الاجتماعي لشبكات التواصل الاجتماعي ينطلق من الحاجة اللامتناهية للتواصل، حتى يتم استعمال وتوظيف التقنية، وبهذا فالتواصل قيمة مركزية في بناء التصورات التي يحملها المستخدمون بخصوص الرموز في الفضاء التقني.

➤ لماذا صفة المركزية لقيمة التواصل؟

على الرغم من أن المجتمعات الافتراضية داخل الشبكات الاجتماعية، تميل إلى إزالة جميع أشكال الامتيازات الفردية التقنية، أو التنظيمية من داخل كيانه، كي يكون قادرا على التكيف مع متطلبات السمة المفتوحة السائدة في كيانه، ويضمن إغلاق جميع الأبواب أمام نقاط الاختناق التي قد تنتج بسبب وجود سلطة فردية، تقف عائقا أمام سريان أنشطته اللامركزية، فمن الناحية الهيكلية التنظيمية فإن النسق الهرمي لم يعد ملائما لمتطلبات مجتمع شبكات التواصل الاجتماعي، وحلت محله الهيكلية المفتوحة، لتعطي السيادة للهيكلية الشبكاتية، الأمر الذي رسخ غياب أية نقطة مركزية للتحكم العمومي، بعد أن أضحت عملية السريان المعلوماتي ذات خصائص متشعبة، وبمستوى أحادي يختلف عن الهيكل الهرمي التقليدي لمراكز السلطة المتدرجة من القمة إلى القاعدة.

هذه النظرة التقنية تزيح مفهوم المركزية جانبا في شبكات التواصل الاجتماعي، لكن بنظرة قيمة الأمر يختلف تماما، فقد زادت هذه الشبكات من مركزية قيمة التواصل - دون أن نغفل الجانب الايديولوجي في المركزية والذي يطرح العديد من الرهانات -، وقد تجلت هذه المركزية نظرا لما يلي:

- أولا ومن ناحية معرفية قد استعرنا مفهوم المركزية الخاص بالقيم من جهود الباحث (محمد عابد الجابري) المتعلقة بدراسته لنظم القيم في المنطقة العربية والإسلامية، والتي أكد فيها على أن لكل عصر من العصور أو ثقافة من الثقافات قيمة مركزية تعمل على ممارسة السلطة على المجالات القيمة الأخرى، وبالتالي على كل سلوكيات الفاعلين وقد ذكرنا سابقا أن الحضارة اليونانية مثلا قد سادت فيها قيمة السعادة كقيمة مركزية.

- ثانيا أن قيمة التواصل تتحلى كسلوك في كل المجالات القيمة الأخرى والأبعاد الثقافية على تنوعها وليس هذا فحسب، ولكن حتى في بناء تمثلات المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي لبقية القيم الأخرى فكل إنتاج أو استهلاك رمزي في هذه الشبكات هو نتيجة التواصل.
- ثالثا أن المركزية تتصف بالديناميكية، فهي حركية تتجسد في كل سلوك رمزي داخل هذا الفضاء، فكل ما نقوم به داخل شبكات التواصل الاجتماعي، هو تواصل حتى وإن كان ضمنيا، هذه الزبئية اللامتناهية لهذه القيمة هو ما يجعلها تقترب أكثر للمركزية كأكثر القيم تأثيرا في جميع المجالات القيمة الأخرى.
- رابعا إن اعتبار التواصل قيمة مركزية ليس أمرا مستحدثا، فهو اتمام للدعوة التي صاحبت ظهور التنظير في الاتصال ونقصد هنا " نظرية المعلومات " وبالضبط جهود " وينر " ففي كتابه " الاستخدام البشري للكائنات الانسانية"، والذي تُرجم إلى الفرنسية تحت عنوان " السيرانية والمجتمع"،- هذا الكتاب الذي جاء موجهها للعام على عكس كتاب " السيرانية، أو التحكم والاتصال عند الحيوان والآلة" الذي جاء موجهها لفئة خاصة بحكم انه كتاب متخصص تستعصى قراءته لغير المتخصصين - وفي هذا الكتاب يقدم (وينر) الأسباب التي ستجعل من الاتصال قيمة مركزية في استقرار المجتمعات وبقائها، ويناقش طويلا وهو يضع الاتصال مقابل الفوضى الاجتماعية¹، يقول (فيليب بريتون) ملخصا نقاش (وينر): " وفيا للمواضيع العامة لمقاله لسنة 1942، سيدعم بداية فكرة أن المجتمعات البشرية لن تكون في نهاية المطاف مفهومة إلا بتعابير الاتصال، وفي مرحلة ثانية، سيقوم معارضة ما بين نموذج المجتمعات المفتوحة التي تجعل الاضطراب الانتروبي* يتراجع موضعيا، وبين نموذج المجتمعات المغلقة التي تزيد حتى خطر الانهيار، هذه المعارضة تمضي عنده غالبا عبر مجاز الصراع بين الضبابية والشفافية"²، وهكذا يؤكد (وينر) على أن إقامة مجتمعات اتصالية، تقوم على الشفافية* المطلقة، حيث تستطيع كل معلومة أن تجول وتنتقل بكل حرية وانسياب، هو الحل الأمثل لحماية هذه المجتمعات من الفوضى والاضطرابات.

¹ - Norbert Wiener, Cybernétique et société, Deux-Rivres, Paris, 1952, p52.

*- تتدخل مصادر عشوائية الطابع في أنظمة الاتصالات على شكل ضجيج داخلي أو خارجي مؤدية إلى تغيير معالم الرسالة وتشويهها، وهذا ما يسمى الأنثروبوية entropy أو معيار الانحراف عن النظام الأصلي.

² - Philippe Breton, Ibid, p31.

*- لم يستعمل (وينر) مصطلح الشفافية في كتاباته، بل كان يستخدم مصطلح "التداول العام للاعلام"، أما الشفافية فهو من وضع (بيير ليفي)، ومن جاء بعده.

3.2 مجالات القيمة المركزية في شبكات التواصل الاجتماعي:

➤ المجال الذاتي:

ننطلق في هذا المجال على أننا نعتقد أنفسنا أمام فاعل عقلائي ومعقول، فالفاعل اليوم ليس فقط كائنا عقلائنا يتحكم بدقة متناهية في مراميه، إنه كائن يجمع بين العقلاني والعاطفي (ميشيل كروزبي، آلان توران، ريمون بودون، لورنس كوهلبورغ، جورج ليند، رونالد انغلهارت، جون روالز...)، إن هذا الفاعل الذي أصبح غير مسموع داخل الواقع الاجتماعي، بحاجة إلى ابستمولوجيا جديدة تمدنا بآليات جديدة تمكننا من فهمه، تخرجنا من سوسيولوجيا وليدة حداثة تمجد العقلانية الصرفة إلى سوسيولوجيا تقدم المعاناة الاجتماعية (جون فوكار، بيار بورديو، سيرج بوكام...) على السلعة وتقدم الاعتراف والمعنى على الانضباط والارباح (ميشيل فريتاغ، أكسيل هوينث، بول ريكور...).

لذلك فإن أولى المجالات التي تنشط فيها القيم هي مجال الذات، حيث تعتبر المجال الأول الذي تتجسد فيه القيمة، هذا المجال بدوره نلاحظ فيه مجالات فرعية قد برزت على شكل رهانات معرفية وقيمة في شبكات التواصل الاجتماعي، نذكر أهمها: (الحرية، الهوية، الخصوصية).

- الحرية:

اعتقد المتحمسون لشبكة الإنترنت أنها وسيط عصبي - إلى درجة كبيرة - على التنظيم الرسمي والرقابة. وقد برز هذا الاعتقاد في إطار ما يسمى بـ "ثالث الإنترنت المقدس": "تقنية الوسيلة - طبيعة المحتوى - التوزيع الجغرافي للمستخدمين". واعتمدوا في ذلك على فرضية مفادها بأن شبكة الإنترنت صُممت بهدف تفادي حرب نووية. ومن ثم فإن هندستها وبنية حزم المعلومات فيها تقاوم الرقابة، وتحقق حلم التحرر المدني من خلال تقنية منخفضة التكاليف للمستخدمين، ووسيط تفاعلي بالغ الأهمية للأفراد وللحكومات على حد سواء¹.

ينطلق هؤلاء المتحمسون لشبكة الإنترنت من فكرة تقليدية، تقول إن الإنترنت هي فضاء للتعبير الحر من حيث الاتساع والأهمية؛ وذلك -على الأرجح- للسهولة غير المسبوقة في دخول هذا الفضاء، والتعبير الحر فيه. ولطالما أثارت حرية التعبير على شبكة الإنترنت العديد من الإشكاليات المتعلقة أيضا بالتنظيم القانوني، وآلياته، ومدى فعاليته في إطار وسيط بات يتمتع بالقدرة على الاتصال الآلي وعلى تجاوز الحدود الجغرافية والسياسية والقانونية؛ لا

¹ - داون نونسياتو، الحرية الافتراضية: حيادية الشبكة وحرية التعبير في عصر الإنترنت، تر: أنور الشامي، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2011، ص 89.

سيما بعد أن أصبحت هذه الشبكة خاضعة لسيطرة حفنة من الكيانات الخاصة خارج هيمنة الحكومات وأجهزتها التابعة لها¹.

وقد توصلت الباحثة (داون نونسياتو) إلى حقيقة مفادها بأن حرية التعبير عبر الإنترنت قد انتهت بما المطاف لتصبح خاضعة لحفنة من الكيانات- الشركات الخاصة ذات السيطرة، تتحكم فيها. ونتيجة لذلك، أصبحت قنوات التعبير مملوكة لتلك الشركات. وتقر بأن السنوات الأخيرة قد شهدت تطورا، كان من شأنه أن منح حفنة صغيرة من القنوات ذات السيطرة هيمنة مطلقة على تعبير الأفراد؛ إلى الحد الذي جعل قدرة هذه القنوات الخاصة على رقابة التعبير من خلال هذه الوسيلة، تصل إلى مستويات غير مسبوقة. وقد استثمرت قنوات التعبير- التي تتخذ من الولايات المتحدة مقرا لها- موارد مالية هائلة لتطوير طرق الرقابة على التعبير؛ وذلك بناء على طلب أنظمة مقيدة للتعبير مثل الصين. ومع توفّر تلك الطرق، تصبح قنوات التعبير مؤهّلة -وعلى نحو متزايد- لتقييد حرية التعبير لدى مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة؛ وذلك تعزيزا لمصالحها التجارية والسياسية وغير ذلك من المصالح، مما يزعزع الثقة بينها وبين المستخدم².

هذه الحرية تأخذ اتجاهها ثقافيا، من خلال المساحات المسموحة وغير المسموحة للتعبير عن المؤشرات الثقافية في رمزيها المتعالية المتعلقة بالقيم، وهو الأمر الذي يعطي اعتبارا للمعطيات المتعلقة بالحرية، ومدى قدرة المستخدم في التعبير عن قيمه الثقافية، خاصة في ظل التوازنات شمال - جنوب.

- الهوية:

إن الهوية تستمد معناها من الوعي بالذات والتميز الفردي عن الآخرين ، ولكن التواجد في الفضاء الافتراضي يجعل هوية الفرد محل بحث وسؤال، ففي المجتمعات الرقمية تنمحي خصائص الحضور الفيزيائي وتفتقد العناصر الظاهرية للفرد والتي يعرف عن طريقها مثل المظهر واللباس واللون والهئية والجنس وغيرها ؛ ويصبح الفرد يعرف من خلال عنوان جهاز الحاسوب أو عنوان اسم المجال أو عنوان البريد الإلكتروني أو الاسم المستعار أو الصورة الرمزية التي يقدمها وغيرها من الأشياء التي قد لا تعكس هويته الحقيقية أو لا تقدم القدر الكافي من المعلومات لمعرفة حقيقته³.

ومنذ ظهور المجتمعات الافتراضية وانتشارها ، طرح العديد من الباحثين تساؤلات حول كنه الفرد الافتراضي وطبيعة هويته، وهل لها مدلولات وأبعاد وانعكاسات على الحياة الواقعية، وقد هب جملة من الباحثين إلى أن الاتصال

1- المرجع نفسه، ص91.

2- المرجع نفسه، ص93.

3- بايوسف مسعود، الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد، العدد14، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، 2016، ص476.

عبر الانترنت يشجع على إخراج وإظهار الذات الداخلية للفرد لأن نوع العلاقات القائمة فيها يعبر عنها أساسا عن طريق الفكر ؛ أما الجسد فلا يتدخل في أي حال من الأحوال ، فالهوية الشخصية للأفراد في المجتمع الحقيقي قد تتأثر بالعناصر المعيارية الاجتماعية وكذا بالعناصر الفيزيولوجية مما يؤدي إلى كبت الذات الداخلية ، أما العالم الافتراضي فإنه يتيح اتصالا قائما على التعبير عن الذات الداخلية وتحقيق الأنا الأعلى ، ويتيح أيضا تهييظا للعناصر المعيارية للأنا الاجتماعي أو الذات الاجتماعية ، وهو ما قد يثري شخصية الفرد، ويرى باحثون آخرون كذلك أن المجتمعات الافتراضية تفسح المجال للفرد بأن يضع هويته محل استكشاف وتجريب ، أي بإمكانه أن يقدم نفسه كما يشاء وعلى النحو الذي يريده وهو السلوك الذي قد يتعذر عليه في المجتمع الواقعي ، حتى أن بعض العلماء أطلقوا على العوالم الافتراضية اسم "ورشات الهوية Identity Work" حيث يستطيع الفرد اكتشاف إمكاناته وقدراته المختلفة¹.

وفي مقابل هذا الطرح ذي المنحى الإيجابي نجد هناك طرحا آخر يتخوف من أبعاد الهوية الافتراضية على الهوية الشخصية للأفراد ويرى أن العلاقات الاجتماعية الافتراضية في معظمها تجمعات خفيه مجهولة الهوية ، والفرد الذي ينخرط في هذه التفاعلات له الحق أن يخفي نفسه تحت مسميات مختلفة، أو ينفصل عن هويته، وأحيانا يدخل التفاعلات باسم مشهور من المشاهير، وأحيانا باسم طائر من الطيور، وأحيانا يدخل الذكور بأسماء الإناث والعكس، وأحيانا ويدخل بأسماء فكاهية ... الخ فهوية الفرد أو شخصيته تختفي في ظل هذه التفاعلات بل وتباین في قوالب عديدة ، بالإضافة إلى سلخ الفرد عن هويته الشخصية فإن هناك نزوعا في المجتمع الافتراضي وتفاعلاته إلى الفردية، ويقصد بفكرة الفردية هنا الانعزال عن السياق الاجتماعي المحيط بالفرد، فالفرد المنخرط في التفاعلات الافتراضية -حتى لو كانت جماعية- إلا انه يدخله بوصفه فردا من أمام شاشة كمبيوتر خاصة تأخذه من عالمه الواقعي إلى عالم افتراضي، يؤدي ذلك إلى نوع من أنواع الاغتراب ، مما يجعل الفرد يتفاعل انطلاقا من كونه فردا فيقدم في أكثر الأحوال آراءه وأفكاره وتصورات الشخصية وليست الاجتماعية، ويتحرر من أي تبعية دينية واجتماعية وقيمة²، وتتجلى الهوية الثقافية في العديد من الحقول الفرعية ترتبط أساسا، بالدين، واللغة، والعادات والتقاليد، وإحياء التاريخ والتراث.

- الخصوصية:

لقد احتدم النقاش وتقاطعت الأفكار والرؤى حول تعدي هذه المواقع على خصوصية المستخدم وبالتالي غيرت من مفهومها وزادت في إستباعاتها، فإمكان أي مستخدم أن يتعرف على الكثير من خصوصيات مستخدم آخر

¹ - المرجع نفسه، ص 482.

² - حسيبة قيدوم، الانترنت واستعمالاتها في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص 60.

سبق له معرفته أو لم تسبق، بمجرد تمضية بضع لحظات في الولوج إلى ملفه الشخصي Profile وهو من سيفي بالغرض. وفي هذا السياق، وجب التعريف بمفهوم الخصوصية بحيث يمكن أن يعرف بأنه تحكم الأفراد في مدى وتوقيت وظروف مشاركة حياتهم مع الآخرين¹. وتدخل الخصوصية كحق يمارسه الفرد للحد من إطلاع الآخرين على مظاهر حياته والتي يمكن أن تكون أفكاراً أو بيانات شخصية وهي أيضاً، وصف لحماية البيانات الشخصية للفرد، والتي يتم نشرها وتداولها من خلال وسائط رقمية. وتمثل البيانات الشخصية في البريد الإلكتروني، والحسابات البنكية، والصور الشخصية، ومعلومات عن العمل والمسكن وكل البيانات التي نستخدمها في تفاعلنا على الإنترنت أثناء استخدامنا للحاسب الآلي أو الهاتف المحمول أو الذكي أو اللوح الإلكتروني... الخ.

وتعني الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي حق الفرد المستخدم في أن يقرر بنفسه متى وكيف وإلى مدى ممكن أن تصل المعلومات الخاصة به إلى الآخرين من المستخدمين أو القائمين عليها، وبذلك يتضح أن لكل فرد الحق في الحماية من التدخل في شؤونه²، وله الحق أيضاً في الاختيار الحر للآلية التي يعبر بها عن نفسه ورغباته وتصرفاته للآخرين. وعلى هذا النحو، فالخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي وفي أبسط معانيها ترتبط بسرية الحياة الخاصة لمستخدمي تلك المواقع، سواء كانت وقائع أو معلومات في الحاسب الآلي الشخصي أو الهاتف الذكي، أو تم تخزينها في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك فيها المستخدم والتي قد يتم اختراقها مثل Facebook أو البريد الإلكتروني حيث أن سرقتها أو الاعتداء عليها يعد إنتهاكاً للخصوصية، كذلك التحسس الإلكتروني، أو اعتراض الرسائل البريدية المرسلة بغرض الإطلاع عليها، أو معرفة محتوياتها، ومن ثم إفشاء الأسرار التي قد تحتويها تلك الرسائل ومن قبيل ذلك الأسرار السياسية والاجتماعية والصحية وغيرها من الانتهاك والاختراق. كما أن حماية الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي تنحصر في حق الشخص في أن يتحكم بالمعلومات التي تخصه، وهو يعد من أهم المفاهيم التي تستدعيها كافة النظم والقوانين الهادفة إلى حماية الخصوصية المعلوماتية، وعليه يمكن القول، أن حماية الخصوصية المعلوماتية هي حماية البيانات الخاصة بالأفراد الذين يستخدمون تلك المواقع عبر الشبكة. وجدير بالذكر، أن هناك ترادفاً بوجه عام قائماً ما بين مصطلح خصوصية المعلومات وحماية البيانات، وليس بين الخصوصية وبين حماية البيانات أما شيوع استخدام اصطلاح الخصوصية مستقلاً ومنفرداً دون إلحاقه بالبيانات في البيئة الإلكترونية للدلالة على حماية البيانات، فهو أمر يرجع إلى أن تعبير الخصوصية شاع بوقعه هذا في

¹ - Conflicts of Interest, Privacy/Confidentiality, and Tissue Repositories: Protections, Policies, and Practical Strategies Conference co-sponsored by PRIM&R and the Columbia University Center of Bioethics. 2004 May 3-5, Boston, MA.

² - محمد بن عيد القحطاني، حماية الخصوصية الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تأصيلية مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الشريعة والقانون، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2015، ص104.

ظل تزايد مخاطر التقنية، وكأنه ينحصر في نطاقها ويغتها وهو طبعاً ليس كذلك، ولكن ربما لأنه أشد ما يمكن أن يمثل اختراقاً لهذا الحق وانتهاكاً له، هو الوسائل التقنية ومخاطر المعالجة الآلية للبيانات، كما أن استخدام مصطلح الخصوصية في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، يشير إلى حماية الخصوصية المعلوماتية أو حماية البيانات المتعلقة بذاته الثقافية وكيفية انتقالها من الحالة السرية إلى الحالة التشفيرية في هذا العالم المفتوح، الأمر الذي يتعدى مفهوم الخصوصية الاستخدامات إلى الخصوصية القيمة الثقافية، والتي تعتبر أنماط الاستخدام أحد مظاهرها الجلية في السلوك الاستعماري.

➤ مجال مكان التدفق وزمن اللاوقت للقيم الثقافية :

يرتبط ظهور هيكل اجتماعي جديد، مثل كل التحولات التاريخية، بإعادة تعريف الأسس المادية لوجودنا والمكان والزمان، كما ناقش (جيدنز 1984)، (آدمز 1990)، (هارفي 1990)، (لاش، أوري 1994)، (ميتشل 1999، 2003)، (دير 2000، 2002)، (جراهام، سايمون 2001)، (هال، بين 2006)، (تابوبي 2006)، وآخرون، فعلاقات السلطة كامنة في البناء الاجتماعي للزمان والمكان مع التقيد بالصيغ الزمانية المكانية التي تميز المجتمع¹.

وهناك صيغتان بارزتان للمكان والزمان تميزان مجتمع الشبكات، وتعايشان مع الصيغ السابقة، وهما مكان التدفق وزمن اللاوقت. الزمان والمكان متصلان، في الطبيعة كما في المجتمع، يمكن تعريف المكان في النظرية الاجتماعية، باعتباره دعماً مادياً للممارسات الاجتماعية التي تتقاسم الوقت، بمعنى بناء التزامنية، ويمكن فهم تطور تكنولوجيا الاتصال باعتبارها فك اتصال الزمن ومقاسمة الوقت، ويشير مكان التدفق إلى الإمكانية التكنولوجية والتنظيمية لممارسة التزامنية دون اتصال الوقت، ويشير أيضاً إلى احتمال لاتزامنية التفاعل في وقت معين عن بعد. وتتنظم أكثر الوظائف هيمنة في مجتمع الشبكات (الأسواق المالية، شبكات تبادل الإنتاج، شبكات وسائل الإعلام، شبكات صيغ التحكم العالمية، الحركات الاجتماعية العالمية) حول مكان التدفق. لكن مكان التدفق ليس بلا مكان، إنه مكون من عقد وشبكات، أي من أمكنة متصلة بشبكات اتصال إلكترونية تتدفق خلالها معلومات تضمن أن تنتشر وتتفاعل ممارسات تقاسم الوقت التي يجري معالجتها في مكان مثل هذا. بينما في حيز الأمكنة القائم على تواصل الممارسة، يكون المعنى والوظيفة والمحلية شديدي الترابط، وفي حيز أمكنة التدفق، تحصل الأمكنة على معناها ووظيفتها من دورها كعقد في شبكات معينة تنتمي إليها. فزمن التدفق، إذن، ليس نفسه للأنشطة المالية كما هو للعلم أو هو نفسه في شبكات الإعلام كما هو مع شبكات السلطة السياسية، ولا يمكن إدراك المكان في النظرية الاجتماعية بمعزل

¹ - إيمانويل كاستلر، سلطة الاتصال، تر: محمد حرفوش، المركز القومي للترجمة، لبنان، 2014، ص 87.

عن الممارسات الاجتماعية. لذا، فكل بعد في مجتمع الشبكات له تجل مكاني، ولأن الممارسات تدور في شبكات والمكان يدور في شبكات أيضا. ولأن الممارسات القائمة على الشبكات تعتمد على تدفق المعلومات التي تعالج بين المواقع المختلفة من خلال تكنولوجيا الاتصال، فإن مكان مجتمع الشبكات مؤلف من التمييز بين ثلاثة عناصر: الأماكن التي يوجد فيها الأنشطة والأشخاص الذين ينفذونها، وشبكات الاتصال المادية التي تربط هذه الأنشطة ومحتوى وهندسة تدفق المعلومات التي تؤدي الأنشطة فيما يتعلق بالوظيفة والمعنى. هذا هو مكان التدفق¹.

وجرت العادة على تعريف الزمن، في السياق الاجتماعي، بأنه تعاقب الممارسات، ويعرف الوقت البيولوجي وهو السمة المميزة للوجود البشري - وما زال كذلك بالنسبة لغالبية الناس في العالم - بأنه التعاقب المبرمج في دورة الحياة الطبيعية، ويتشكل الوقت الاجتماعي عبر التاريخ من خلال ما أُطلق عليه الوقت البيروقراطي، وهو تنظيم الوقت، في المؤسسات وفي الحياة اليومية من خلال رموز الأجهزة العسكرية الايديولوجية، الذي يفرض على ايقاع الوقت البيولوجي، وظهر وقت الساعة تدريجيا في العصر الصناعي جالبا معه ما يسمى - بحسب فلسفة (ميشيل فوكو) - الوقت الانضباطي، هذا هو المقياس وتنظيم التعاقب بدقة تكفي لتعيين المهام والترتيب لكل لحظة م الحياة بدءا بالعمل الصناعي المتترم بالمعايير وحساب أفق الزمن للتعاملات الاقتصادية، وعنصران أساسيان في الرأسمالية الصناعية لا يمكن أن تعمل دون وقت الساعة، فالوقت مال والمال يجتنى خلال الزمن. في مجتمع الشبكات ينقلب التأكيد على التعاقب، فيجري تعريف العلاقة بالزمن باستخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في مسعى لا يكل لإلغاء الزمن من خلال إبطال تأثير التعاقب، في جانب، من خلال ضغط الزمن " مثلما في العمليات المالية العالمية التي تستغرق أجزاء من الثانية أو خلال الممارسة العامة لمهام متعددة بضغط المزيد من الأنشطة في زمن معين "، وفي جانب آخر، من خلال طمس معالم بين تعاقب الممارسات الاجتماعية، بما فيها الماضي والحاضر والمستقبل، في ترتيب عشوائي مثلما في النصوص والروابط الالكترونية في الويب 2.0، أو طمس الحدود بين نماذج دورة الحياة في كل من العمل والتربية في المجتمع الصناعي المنظم حول فكرة التقدم وتنمية القوى الانتاجية، الصيرورة شكلت الكينونة، وتناغم الزمان مع المكان، في مجتمع الشبكات، يلغي مكان التدفق الزمان، من خلال إفشاء عدم النظام في تعاقب الأحداث وجعلها متزامنة في شبكات الاتصال، ومن ثم يقوم المجتمع على سرعة زوال هيكلية: الكينونة تلغي الصيرورة².

¹ - المرجع نفسه، ص 88.

² - المرجع نفسه، ص 91.

3. توجيهات القيم الثقافية، والقيمة المركزية:

1.3 توجيهات القيم الثقافية:

➤ التوجيه الجمالي للقيم الثقافية:

لا يمكن لصورة قبيحة أن توحى بالخيال الجميل أو بالأفكار الكبيرة، فإن لمنظرها القبيح في النفس خيالا أقبح والمجتمع الذي ينطوي على صورة قبيحة، لا بد أن يظهر أثر هذه الصور في أفكاره وأعماله ومسايعه، ولقد دفعت هذه الملاحظة كل من عنوا بالنفس الاجتماعية من علماء الأخلاق أمثال (الغزالي) إلى دراسة الجمال وتأثيره في الروح الاجتماعية¹.

ويمكن أن نلخص أفكارهم في هذا الصدد في أنه لا يمكن تصور الخير منفصلا عن الجمال، وترجمة هذا الاعتبار في لغة الاجتماع: أن الأفكار هي المنوال الذي تنسج عليه الأعمال، وهي تتولد من الصور المحسنة الموجودة في الإطار الاجتماعي فتنعكس في نفس من يعيش فيه، وهنا تصبح صوراً معنوية يصدر عنها تفكيره، فالجمال الموجود في الإطار الذي يشتمل على ألوان وأصوات وروائح وحركات وأشكال، يوحى للإنسان بأفكاره ويطبّعها بطابعه الخاص من الذوق الجميل أو السماجة المستهجنة².

فبالذوق الجميل الذي ينطبع فيه فكر الفرد، يجد الإنسان في نفسه نزوعاً إلى الإحسان في العمل وتوخياً للكريم من العادات، ولا شك أن للجمال أهمية اجتماعية كبيرة، إذا ما عددناه المنبع الذي تصدر عنه الأفكار، وتصدر عنه بواسطة تلك الأفكار أعمال الفرد في المجتمع.

والواقع أن أزهّد الأعمال - في نظرنا - له صلة كبرى بالجمال، فالشيء الواحد قد يختلف تأثيره في المجتمع باختلاف صورته التي تنطق بالجمال، أو تنضح بالقبح، ونحن نرى أثر تلك الصورة في تفكير الإنسان، وفي عمله وفي السياسة التي يرسمها لنفسه، بل حتى في الحقيبة التي يحمل فيها ملابس سفره. ولعل من الواضح لكل إنسان أننا أصبحنا اليوم نفقد ذوق الجمال، ولو أنه كان موجوداً في ثقافتنا، إذن لسخرناه لحل مشكلات جزئية، تكون في مجموعها جانباً من حياة الإنسان³.

¹ - مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، مرجع سبق ذكره، ص 81 - 82.

² - المرجع نفسه، ص 82.

³ - المرجع نفسه، ص 82.

وليس من شك في أن (مصطفى كمال) حينما فرض القبعة لباسا وطنيا للشعب، إنما أراد بذلك تغيير نفس لا تغيير ملابس، إذ أن الملابس يحكم تصرفات الإنسان إلى حد بعيد... والاطار الحضاري بكل محتوياته متصل بذوق الجمال، بل إن الجمال هو الإطار الذي تتكون فيه أية حضارة، فينبغي أن نلاحظه في أنفسنا، كما ينبغي أن نتمثل في شوارعنا وبيوتنا ومقاهينا¹.

وفضاء شبكات التواصل الاجتماعي، باعتباره مجالا تتنافس فيه معاني الجمال والقبح، حتى وإن كان ظاهره يمثل لتحري أوصاف الجمال في المحتوى والاستخدام، إلا أن هناك بعض القيم تتمظهر في شكل قبيح وهذا إما للواقع الحقيقي الذي شوه بعض معاني القيم، أو لطبيعة الاستخدام في حد ذاتها، وهو ما سنحاول تحليله في هذه الدراسة في ضوء هذا التوجيه الجمالي.

➤ التوجيه العملي للقيم الثقافية:

لسنا نعني بالمنطق العملي ذلك الشيء الذي دونت أصوله ووضعت قواعده منذ (أرسطو)، وإنما نعني به كيفية ارتباط العمل بوسائله ومقاصده، وذلك حتى لا نستسهل أو نستصعب شيئا دون مقياس، يستمد معاييره من الوسط الاجتماعي وما يشتمل من إمكانيات، وليس من الصعب على الفرد أن يصوغ مقياسا نظريا يستخرج به نتائج من مقدمات محددة، غير أنه من النادر جدا أن يعرف المنطق العملي، أي استخراج أقصى ما يمكن من الفائدة من وسائل معينة².

إننا نرى في حياتنا اليومية جانبا كبيرا من " اللافاعلية " في أعمالنا، إذ يذهب جزء كبير منها في العبث وفي المحاولات الهائلة، وإذا ما أردنا حصرها لهذه القضية فإننا نرى سببها الأصيل في افتقارنا الضابط الذي يربط بين الأشياء ووسائلها وبين الأشياء وأهدافها. فسياستنا تجهل وسائلها، وثقافتنا لا تعرف مثلها العليا وفكرتنا لا تعرف التحقيق، وإن ذلك كله ليتكرر في كل عمل نعمله وفي كل خطوة نخطوها³.

ولقد يقال: إن المجتمع الإسلامي يعيش طبقا لمبادئ القرآن، ومع ذلك فمن الأصوب أن نقول: إنه يتكلم تبعاً لمبادئ القرآن لعدم وجود المنطق العملي في سلوكه الإسلامي، فالذي ينقص المسلم ليس منطق الفكرة ولكن منطق العمل والحركة، وهو لا يفكر ليعمل بل ليقول كلاما مجردا⁴.

¹ - المرجع نفسه، ص ص 84 - 85 .

² - المرجع نفسه، ص 85 .

³ - المرجع نفسه، ص 87 .

⁴ - المرجع نفسه، ص 88 .

ومن هنا يأتي عمقنا الاجتماعي، فنحن حاملون ينقصنا المنطق العملي، ولا بأس أن نورد مثالا يلخص بعض ملامح تعطل المنطق العملي في حياتنا الاجتماعية، سرده لنا (مالك بن نبي) في قوله: "ففي مدخل أحد مكاتب البريد رأيت مثلاً منظراً عجباً، رأيت رجلاً يحمل مظاريف كثيرة يحاول أن يرتبها، وبديهي أن نحس بجأحه إلى عتبة أو حافة شباك ليتمكن من أداء عملته على ما يرام، لقد بحث الرجل فعلاً عن عتبة، وظننت أنه لا بد واضح عليها بريده، وضعا يجعله يتخذ منها نضداً صغيراً أمامه، وشد ما كان عجبني حين وجدته بدلاً من أن يضع عليها بريده يقف عليها بقدميه ثم ينحني واضعاً الخطابات أوطأ من نعليه، في وضع يجعل عمله أشق وأكثر إجهاداً..."¹.

وفي شبكات التواصل الاجتماعي، نقصد بالتوجيه العملي، هو إمكانية تحول الفعل الافتراضي المرتبط بالقيمة إلى فعل ملموس داخل السياق الاجتماعي، سواء من حيث السلوك أو من حيث الرمز، فلا نقصر هذا التوجيه في السلوك الظاهر، بل يتعداه إلى المعاني التي نعطيها للظواهر والفاعلين داخل الواقع المعاش، انطلاقاً من استخدامنا لهذه الشبكات.

➤ التوجيه الفني أو الصناعة للقيم الثقافية:

لا نعني بالصناعة ذلك المعنى الضيق المقصود من هذا اللفظ بصفة عامة في البلاد الإسلامية، فإن كل الفنون والمهن والقدرات وتطبيقات العلوم تدخل في مفهوم الصناعة، والراعي نفسه له صناعته، ومما يدلنا على القيمة الاجتماعية لهذه الحرفة المتواضعة الزهيدة، أن لها مدرسة أهلية في فرنسا بمدينة "رامبوليه" إحدى ضواحي باريس، فلو رأينا الراعي الخريج من هذه المدرسة والراعي العربي يقود كل منهما قطيعه لعلمنا أي فرق بينهما؟ ومن المسلم به أن الصناعة للفرد وسيلة لكسب عيشه وربما لبناء مجده، ولكنها للمجتمع وسيلة للمحافظة على كيانه واستمرار نموه، وعليه فيجب أن نلاحظ في كل فن هذين الاعتبارين². وفي شبكات التواصل الاجتماعي، يتمظهر لنا هذا التوجيه، من خلال تحول المستخدمين إلى القيم التي تدفع بالجانب الاقتصادي، واستغلال هذا الفضاء في البعد الاقتصادي.

2.3 شروط القيمة الأصلية:

معلوم أن المفكرين الأخلاقيين يسعون إلى عرض أفكارهم الأخلاقية في صورة نظريات منسقة و متكاملة؛ و من مظاهر هذا التنسيق الذي قد تختلف درجاته باختلافهم أنهم يتخيرون بعض المفاهيم الأخلاقية بوصفها مفاهيم أولية، و يصوغون تعاريفها أو بعض مضامينها في صورة مسلمات، ثم يبنون على هذه المسلمات استدلالاً لهم المترتب بعضها على بعض، نذكر من هذه المفاهيم الأخلاقية الأولى التي انطلقوا منها: (السعادة) و(الخير الأسمى) و(الفضيلة)

¹ - المرجع نفسه، ص 86.

² - المرجع نفسه، ص 88.

و(الواجب) و(الحب) و(التعاطف) و(الشفقة) و(الألم)؛ أما علماء المسلمين، فقد جاؤوا بترتيبات مختلفة تستوعب الأخلاق، إن كلا أو بعضا، لكن لا تسير على نهج هؤلاء في تنسيق أفكارهم، انطلاقا من مفاهيم و مسلمات محددة، و ذلك على الرغم من وجود مفاهيم أساسية في النصوص المؤسسة الإسلامية كان بالإمكان استثمارها و بناء الأخلاق عليها مثل (التقوى) و(الإيمان) و(الحق) بمعنى (الواجب)¹.

غير أن هذا الاختلاف بين الفئتين من الأخلاقيين: (أهل الترتيب) من المسلمين و (أهل التنسيق) من غيرهم لم يمنعهم من اتفاقهم في شيء، ألا و هو أن الأخلاق منشؤها (الأمرية)، إما أمرية إلهية خالصة أو أمرية إنسانية خالصة أو مزيجا من الأمريتين ! و ذلك لوقوعهم تحت تأثير التصور الذي يتداوله الجمهور عن الأخلاق، و الذي يجعلها تابعة للأوامر، فالعلم بالأخلاق هو الذي يتبع الأمرية، أما العمل بالأخلاق، فإنه يتبع الشاهدية، لأن التقويم الضروري لوجود التخلق لا يتم إلا بفضلها².

و إذا تقرر أن الشاهدية تقوم على السامعية و الباصرة، ظهر أن الخلق الذي يلائمها ينبغي أن يستوفي شروطا مخصوصة تنهض بأمرين: أحدهما، أنها تبرز الخصوصية الأخلاقية التي توجبها (خاتمية) الدين الإسلامي؛ و الآخر، أنها تورث القدرة على تجديد الإنسان، قدرة يوجبها دفع التحديات الأخلاقية الراهنة، و هذه الشروط هي :

➤ أن يكون هذا الخلق صفة تأخذ بالباصرة أخذها بالسامعية ؛ لننظر هل المفاهيم الإسلامية الثلاثة توفى

بهذا الشرط؛ فمفهوم (الإيمان)، بحسب حده المشهور الذي يحصره في عالم الملك، هو اعتقاد أمر غيبي، و الغيب خلاف الشهادة؛ و قد فرق ابن تيمية بينه و بين مفهوم (التصديق) على هذا الأساس، فجعل (التصديق) أعم و (الإيمان) أخص، قائلا: " و لفظ الإيمان، قيل أصله التصديق، و ليس مطابقا له، بل لا بد أن يكون تصديقا عن غيب، و إلا فالخبر عن مشهود ليس تصديقه إيمانا، لأنه من الأمن الذي هو الطمأنينة، و هذا إنما يكون في المخبر الذي يقع فيه ريب، و المشهودات لا ريب فيها"³، فيظهر إذن أن الإيمان يكتفي بالسامعية، أما مفهوم (الحق) بمعنى (الواجب)، و إن تعلق بأمر الغيب كحقوق الله تعلقه بأمر الشهادة كحقوق الآدميين، فإنه يبقى مردودا إلى مفهوم (الأمر)، إذ لفظ الأمر موضوع، في الأصل، لإفادة معنى (الإيجاب)، بحيث تكفي، في ثبوته، الأمرية، علما بأن الأمرية لا تستلزم الباصرة، فليس كل أمر مبصرا؛ و أما مفهوم (التقوى)، فحده هو (امتثال الأوامر و اجتناب النواهي)؛ و بين أن هذا الحد

¹ - طه عبد الرحمن، دين الحياء : من الفقه الائتماري إلى الفقه الائتماني، أصول النظر الائتماني، مرجع سبق ذكره، ص 185.

² - المرجع نفسه، ص 185.

³ - مجموع فتاوى ابن تيمية، ج 7، ص ص 663-637.

يجعل من التقوى عبارة عن (حفظ المأمورية)، و هذا الحفظ لا يوجب وجود إبصار الحافظ، إذ يكفيه أن ياتمر حيث أمر و ينتهي حيث نهي، بصرف النظر عما إذا كان قد أبصر الأمر أو لم يبصره¹.

➤ أن يكون صفة ائتمانية؛ نعلم أن الشاهدية تنبني، من جهة تضمنها للباصرة، على ميثاقين ملكوتين هما: (ميثاق الإشهاد بربوبية الخالق) و (ميثاق الائتمان على ربوبية المخلوق)؛ و لما كان الأمر كذلك، لزم أن يترقى الخلق الذي توجهه الشاهدية عن رتبة (الخلق الائتماري)، لأن هذا الخلق، كما سبق، يكفي بالسامعية، و أن ينزل رتبة تعلوها، و هي رتبة (الخلق الائتماني)، نضرا لان الباصرة التي يقوم عليها تكون، بفضل الشاهدية التي تقتضيه، موصولة بالميثاقين الملكوتين المذكورين، و هذا يعني أن هذا الخلق أمانة تبقى في ذمة صاحبه، حتى يردها إلى الذي هداه إليه سبحانه².

➤ أن يكون صفة لها أصل في فطرة الإنسان؛ علامة الفطرة أن الإنسان إذا أخل بواحد من عناصرها، إما أن هذا العنصر يعود إلى الظهور من حيث لا يقدر على دفعه، أو أنه يتخذ أشكالا خفية لا يقدر على تبينها، أو حتى إذا تبينها، لا يدرك بأنها ناتجة عن الإخلال بهذا العنصر، كأنه ينتقم لنفسه؛ فهذا (الإيمان)، على سبيل المثال، و إن لم يكن الخلق المطلوب لنا هنا، فإنه يبقى أنه صفة فطرية، بدليل أن الإنسان، أيا كان، إما أن يؤمن بخالقه عن اختيار، مؤتمنا على اعتقاده، وإما أن يؤمن بالمخلوق عن اضطرار، تأديبا له، بدءا بوهم من أوهامه، و انتهاء بشيء من أشياءه³.

➤ أن يكون صفة تميز الإنسان عما دونه من الكائنات؛ ينبغي أن لا تقوم هذه الصفة بذات الحيوان، بل ينبغي أن يتصف بضدها، حتى يكون هذا الضد مميزا للبهيمية، و على هذا، فسوف يبلغ اختصاص الإنسان بهذه الصفة درجة أنه، إذا خلى منها أي فرد من أفرادها، فقد، حتما، إنسانيته، و هوى إلى رتبة البهيمية؛ (الواجب)، مثلا، و إن لم يكن، هو الآخر، الخلق المطلوب لنا، فإنه يضل صفة يختص بها الإنسان، لأنه الأصل في وجود القيمة التي يقع بها الارتقاء الخلقى، بينما الحيوان لا سبيل له إلى هذا الارتقاء؛ إذ هو موكول إلى غرائزه البهيمية التي تبقى حبيس الواقع الحسي المباشر⁴.

➤ أن يكون صفة يتأسس عليها كل خلق آخر، نازلة من الأخلاق منزلة القيمتين: (الخير) و (الشر)؛ إذا كانت الأخلاق الحسنة حسنها إنما هو آت من الخير الذي فيها، فينبغي أن تضاهي هذه الصفة المطلوبة قيمة الخير في الدلالة على حسن الأخلاق، فتكون موجودة في الأخلاق الحسنة وجود الخير فيها؛ و ليس

¹ - طه عبد الرحمان، دين الحياء : من الفقه الائتماري إلى الفقه الائتماني، أصول النظر الائتماني، مرجع سبق ذكره، ص 186.

² - المرجع نفسه، ص 186.

³ - المرجع نفسه، ص 187.

⁴ - المرجع نفسه، ص 187.

هذا فقط، بل أيضا ينبغي أن تدور على الشر مدارها على الخير؛ فإذا كانت خاصيتها أن تجلب الخير، فينبغي لها كذلك أن تدفع الشر على قدر جلبها للخير؛ و على هذا، فإذا كانت الأخلاق السيئة سوؤها إنما هو آت من الشر الذي فيها، فينبغي لهذه الصفة المطلوبة أن تحتاط لأسباب الشر التي تورث سوء الأخلاق، حتى تكون قادرة على صرف الأخلاق السيئة صرفها للشر الذي هو في ضمنها¹.

3.3 " الحياء " كقيمة أصلية:

لقد وضحنا الشروط التي ينبغي أن تستوفيها القيمة التي تستلزمها الشاهدية، وليست بنا حاجة إلى استعراض القيم المثبتة في النصوص واحدة واحدة، لكي ننظر هل تستجيب لهذه الشروط أم لا، وإنما إستئناسنا بهذه النصوص لاسيما الأحاديث الشريفة كشف لنا أن القيمة التي تستوفي هذه الشروط بما لا تستوفيها غيرها إنما هي قيمة "الحياء".

➤ **أخذ " الحياء " بالباصرية:** إذا قال قائل: أستحي من فلان أن أفعل كذا، واضح أن هذا القول يربط بين عناصر ثلاثة هي: الذات المستحية، والذات المستحي منها، والموضوع المستحي من أجله، وعليه يكون الحياء عبارة عن علاقة إبصارية تصل بين أطراف ثلاثة، وتندرج تحت هذه العلاقة الظاهرة علاقات إبصارية فرعية ثلاث: إحداها علاقة الذات المستحية بالذات المستحي منها، والثانية علاقة الذات المستحية بالموضوع المستحي من أجله، والثالثة علاقة الذات المستحي منها بالموضوع المستحي من أجله، وإذا تأملنا هذه العلاقات الفرعية الثلاث لم يخف علينا أن علاقات إبصارية بصورة متميزة².

➤ **إتصاف الحياء بالائتمانية:** فمعلوم أن الإئتمان يضاد الإمتلاك أو قل الاحتياز، وللحياء علاقة بالأمانة من جهتين إئنتين: إحدهما أعم، وهي جهة مبدأ الائتمان العام، فكل ما رزق الإله للإنسان، إنما هو أمانة إستودعها إياه، بموجب إختيار الانسان حمل الأمانة، والحياء قيمة لا يملك الإنسان من أمرها شيئا، بل هو مؤتمن عليها إئتمانه على غيرها، فيتعين عليه حفظ حقوقه، والثانية أخص، وهي جهة واقع أداء الأمانة، الظاهر أن أداء الأمانة يحتاج أول ما يحتاج إلى الحياء، بحيث يكون شرطا في هذا الأداء فلولا قيمة الحياء لما نهض الإنسان بالأمانة، بدءا بالحياء الذي رافق التعهد للحق سبحانه بتحملها، وانتهاء بالاستحياء أن يخالف الحدود التي شرعها، وهكذا يكون الحياء أعم والأمانة أخص، فكل أمين حيي بالضرورة، وقد جاءت هذه الحقيقة القيمة بصدد الحياء بينة كأبلغ ما يكون البيان في الحديث الشريف الذي رواه ابن عمر عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه قال: " إن الله عزوجل، إذا أراد أن يهلك عبدا، نزع منه الحياء، فإذا نزع منه

¹ - المرجع نفسه، ص188.

² - المرجع نفسه، ص189.

الحياء، لم تلقه إلا مقبلا ممقتا، فإذا لم تلقه إلا مقبلا ممقتا، نزعته منه الأمانة، فإذا نزعته منه الأمانة، لم تلقه إلا خائنا مخونا، فإذا لم تلقه إلا خائنا مخونا، نزعته منه الرحمة، فإذا نزعته منه الرحمة، لم تلقه إلا رجيفا ملعنا، فإذا لم تلقه إلا رجيفا ملعنا، نزعته منه ريقة الإسلام¹. كما أن الحياء لا ينفك عن الإيمان كما في الأحاديث النبوية الأربعة الآتية التي تدرجت فيها الصلة بين الإيمان والحياء من تضمن الإيمان للحياء إلى التطابق معه: "دعه، فإن الحياء من الإيمان"²، "الإيمان بضع وسبعون شعبة، فأعلاها لا إله إلا الله، وأدناها إمطة الأذى عن الطريق، والحياء شعبة من الإيمان"³، "الحياء من الإيمان، والإيمان في الجنة، والبذاء من الجفاء، والجفاء في النار"⁴، "الحياء والإيمان قرنا جميعا، فإذا رفع أحدهما رفع الآخر"⁵.

➤ **الأصل الفطري للحياء:** فالحياء هو إحدى القيم التي فطر عليها الإنسان، وما فطر عليه الإنسان منها، إما أن يتخلق به عن قانونه، فينتفع به في حفظ الأمانة، وإما أن يجعل مقاصده تنقلب عليه، فيأتي بسوء التخلق من حيث يريد إحسانه⁶.

➤ **تمييز الإنسان بالحياء:** ظل العقل يعتبر هو الخاصية التي تميز الإنسان من الحيوان بالإضافة إلى أخلاقه، لكن الأخلاق باعتبارها متحققة تكون غير متساوية في النهوض بهذا التمييز، فمثلا قيمة الوفاء موجودة في الحيوان وموجودة في الإنسان، ولو أنه لا يدركه كقيمة كما يدركه الإنسان أي معنى يتجاوز الواقع إلى أفق الواجب، وقد ظفرنا في الحياء بقيمة أكثر تمييزا من غيرها ماهية الإنسان حتى إن الخلو منها يعد انسلاخا من الإنسانية، ولم يفت علماء المسلمين إدراك هذه الحقيقة ولو أنهم لم يخصصوا الحياء بالبحث والتحليل كما خصوا غيره من القيم، فهذا (ابن القيم الجوزية) يقول فيه قولاً جامعاً، وإن كان الغزالي قد سبقه إلى مجمل مضمونه، فإنه لم يسبقه إلى الإلحاح على علاقته بالإنسانية: "تأمل هذا الخلق الذي خص به الإنسان دون جميع الحيوان وهو خلق الحياء الذي هو من أفضل الأخلاق وأعظمها قدراً وأكثرها نفعاً، بل هو خاصة الإنسانية، فمن لا حياء له ليس معه من الإنسانية إلا اللحم والدم..."⁷.

➤ **تأسيس القيم على الحياء:** إذا كانت هناك تعريفات للحياء تختلف باختلاف تحقق الواضعين لها بهذه القيمة، فإن معظم هذه التعريفات يبدو تحديداً سلبية بمعنى أنها تعرفه بكونه دافعاً للشر، فتجعله باعثاً على ترك المنكر، غير أن ترك المنكرات لا يترتب عليه بالضرورة تحصيل الخيرات، لكن الحياء جانب للخير

¹ - رواه ابن باجة في السنن.

² - رواه البخاري في الأدب.

³ - رواه البخاري في الإيمان ومسلم.

⁴ - أخرجه الإمام أحمد والترمذي.

⁵ - رواه الحاكم في المستدرک.

⁶ - طه عبد الرحمان، دين الحياء : من الفقه الائتماري إلى الفقه الائتماني، أصول النظر الائتماني، مرجع سبق ذكره، ص 194.

⁷ - ابن القيم الجوزية، مفتاح دار السعادة، ص 288.

بقدر ما هو دافع للشر، وقد يغلب اجتلاب الخير فيه على اجتلاب الشر، وهذا ما بيّنه لنا رسول الله صلى الله عليه وسلم في حديثين جامعين متطابقين مدلولاً، وإن اختلفا مقاما، وهما: " الحياء لا يأتي إلا بخير " ¹، الحياء خير كله - أو قال - الحياء كله خير " ². ولنطلق على أي واحد منهما إسم " حديث جلب الخير "، ولم يكتف رسول الله بهذا الإجمال في تعريف الحياء بالخير، بل فصل أبواب الخير، إذ قال عليه الصلاة والسلام ذات يوم لأصحابه: " إستحيوا من الله حق الحياء، قالوا: إنا نستحي يا رسول الله ، قال: ليس ذاكم، ولكن من استحيا من الله حق الحياء: فليحفظ الرأس وما وعى، وليحفظ البطن وما حوى، وليذكر الموت والبلى، ومن أراد الآخرة ترك زينة الدنيا، فمن فعل ذلك قد استحيا من الله حق الحياء " ³. ولندعوا هذا هذا الحديث باسم حديث " تفصيل الخير "، ولما كان الحياء بهذه الرتبة إستحق أن تتأسس عليه الأخلاق الأخرى، وهذا على التعيين ما يمكن أن يسميه في حديث " تقرير الحياء " ولفظه هو: "إن لكل دين خلقا، وخلق الإسلام الحياء " ⁴.

وبهذا يتقرر أن الحياء هو القيمة التي يختص بها الإسلام كما تختص الأديان بأخلاق أخرى، ولئن كانت هذه الأديان هي الأخرى أخذت بهذه القيمة فإنها لا تدرك مطلقا رتبة الإسلام فيها إذ أضحت السمة الخاصة التي يتميز بها، بل إن هذا التميز يدل على أن القيمة المشتركة بين الأديان السابقة هي التي إتخذها الإسلام قيمة له، وبهذا ينزل الإسلام منزلة القدر الديني المشترك بين كل الأديان السماوية، بل منزلة الدين الجامع لكل الأمم التي اعتنقت هذه الأديان، وقد جاءت الإشارة إلى اشتراك الناس جميعا في هذه القيمة في حديث نبوي، نطلق عليه اسم " حديث الخروج من الحياء "، ونصه هو " إن مما أدرك الناس من كلام النبوة الأولى: إذا لم تستحي فاصنع ما شئت " ⁵.

وعليه، فإن القيم في مختلف أبعادها، خاصة الثقافية منها - وهذا الذي يهمنا - ، ينبغي أن ترتبط بقيمة الحياء كقيمة أصلية وأساس لها، وهو الأمر الذي تطرقنا له نظريا، وسنحاول إسقاطه في الجزء التطبيقي من الدراسة.

¹ - أخرجه البخاري في الأدب ومسلم وأبو داود وأحمد.

² - صحيح مسلم.

³ - أخرجه الإمام أحمد والترمذي والحاكم.

⁴ - رواه مالك في الموطأ وابن ماجه في السنن وصححه الألباني.

⁵ - أخرجه البخاري وأبو داود وابن ماجه ومالك وأحمد.

خلاصة:

إن ما تم التوصل إليه من بناء للقيم في شبكات التواصل الاجتماعي، لا يخرج أبدا عن دائرة الاجتهاد الفكري التي رأينا بأنها تخدم البحث وتحاول أن تنطلق من تأصيل فكري ينبش في التراث بمنهجيات غربية – إذا أردناه خطابا بين الأنا والآخر – ، وعليه يبقى البناء قابلا للتطور، من خلال نقده أو مراجعته في سياقات معرفية واجتماعية أخرى، إلا أنه في اعتقادنا يبقى مسلكا نحاول من خلاله تبسيط معيارية القيم وجعلها أمرا قابلا للملاحظة، وفهم علاقة الاستخدام التي تربط بين الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي.

وإجمالا، فإن معرفة المعلومات النظرية حول هذه الشبكات، والتطلع إلى سرد مجمل الدراسات والأبحاث المتعلقة بالشباب واستخدامه لهذه المواقع، نجدها أنها تدخل في مجال واحد يتعلق بتحديد ملامح الرأسمال الافتراضي، فالقراءة المعرفية مكنتنا من معرفة خصوصية هذا الرأسمال من حيث الوسيلة، بينما الجزء الثاني مكنتنا من معرفة حضور هذا الرأسمال في عملية الاستخدام بحد ذاتها.

لكن كل هذا الربط يحتاج منا النزول إلى الميدان لاختباره والعمل على الوصول إلى نتائج تتجسد في سلوك الشباب المستخدم، وهذا ما سنتعرض إليه في الاطار التطبيقي الموالي.

الإطار التطبيقي



أولاً: عادات وأنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، وتمثلاتهم للقيم

الثقافية المكتسبة

أ. عادات وأنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي.

1. تحليل المقابلات والملاحظات الخاصة بالمبحوثين.

2. تحليل نتائج عادات وأنماط استخدام المبحوثين لشبكات التواصل

الاجتماعي.

أ. تمثيلات الشباب للقيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدامهم لشبكات التواصل

الاجتماعي

1. تحليل مقابلات المبحوثين.

2. تحليل نتائج تمثيلات المبحوثين للقيم الثقافية المكتسبة من

خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

تمهيد:

إن الدراسة المتعلقة بالقيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، تتطلب منا الالتزام بالإجابة على تساؤلات الدراسة الموضوعية سلفاً في الإطار المنهجي للدراسة، وهذا حتى ننبه لأمر مهم وهو أن منهجية طرح النتائج في الدراسة لم تكن بالشكل المتعارف عليه والمتعلق بتوضيح العنوان تحت مسمى "النتائج" وإنما تجزئة الإطار التطبيقي هو في حد ذاته إجابة على تساؤلات الدراسة، وهذا نتيجة للاعتبارات التالية:

- لا يوجد تكميم في الدراسة، وإنما تم التعامل مع كل حالة على حدى من خلال تحليل المقابلة والملاحظة التي كنا نسجلها على المبحوث.
- بعد التفرغ من كل حالة، قمنا بتجميع النقاط المشتركة، والوصول إلى نتائج جزئية ضمن النتيجة العامة المتعلقة بكل تساؤل.
- لم نكتف عند هذا الحد فحسب، وإنما قمنا بمراجعة كل نتيجة على حدى في ضوء التراث النظري، وهذا حتى نضع أنفسنا دائماً ضمن دائرة التراكم المعرفي المهمة بالموضوع.

وعليه، في هذا الفصل سنتعرض إلى عادات وأنماط استخدام العينة المبحوثة لشبكات التواصل الاجتماعي، وحتى وإن كانت هذه النقطة أمراً مستهلكاً في الدراسات التي تهتم بدراسات الجمهور بصفة عامة، إلا أن الجديد في ذلك هو التحليل الفردي، أي اتخاذ كل فرد كحالة قائمة بحد ذاته، لديه من الخصوصيات الاستخدامية ما يميزه عن الآخر، وإن كنا سنلحظ بعض التكرارات، فهذا يعني وجود القواسم المشتركة التي تقودنا للتعميم، وهنا يأتي دور سرد النتائج الجزئية، وهو ما سنعرضه لاحقاً.

ولأهمية التمثل في دراسة الاستخدامات، فإننا سنكشف تمثلات العينة المبحوثة للقيم الثقافية، من خلال القيمة المركزية ومجالاتها، بالإضافة إلى القيمة الأصلية، وهذه النقطة تمت معالجتها في الجزء الثاني من هذا الفصل.

I. عادات وأنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

1. تحليل المقابلات والملاحظات:

المبحوث الأول:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 20 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث بين لنا بأنه يملك أكثر من حساب على مواقع التواصل الاجتماعي، وتمثلت في: الفاييسوك، والتويتير، واليوتوب، وتطبيقات السكايب، والفايير، والانستغرام، ليؤكد لنا بأن المواقع التي ينشط فيها بكثرة والتي كانت مرتبة على النحو التالي: الفاييسوك، الانستغرام، اليوتوب، التويتير، الفايير، السكايب، وكان المبحوث قد بدأ النشاط في هذه الشبكات منذ سنة 2015، وقد كانت إجاباته حول الأوقات المفضلة لديه في الاستخدام بأنه لا يوجد وقت تفضيلي معين، وإنما يستخدمها في كل الأوقات، بمعدل من 03 إلى 06 ساعات يوميا، عبر الهاتف النقال كوسيلة للإبحار في الفضاء الرمزي لهذه الشبكات، وسبب ذلك حسب اعتقاده أن الهاتف النقال ملازم له في كل وقت، ولا يوجد لدى المبحوث مكان مفضل للاستخدام بل يستخدم هذه المواقع في كل الأمكنة التي يمكن أن تتوفر فيها فرصة الاستخدام، ولم يكتف المبحوث بامتلاك حساب واحد في موقع من مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسوك)، وإنما أكد لنا بأنه يملك أكثر من ذلك بدافع التسلية والقرصنة، أما عن دوافع استخدامه لهذه المواقع فقد وضع بان التعارف أول دافع لاستخدامه لها، وفي السياق ذاته حتى لا "يتهم بأنه إنساني بدائي"، بالإضافة إلى الاطلاع على كل جديد فيما يخص أخبار التكنولوجيا وآخر التطورات الحاصلة في المجال التقني، وهذه الأخيرة كانت من أكثر المواضيع التي يهتم بها المبحوث في استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أنه ينشر ويعلق ويشارك ويعجب بكل المواضيع التي لها علاقة بذلك، ولم يكتف المبحوث بالنشاط على مستوى حسابه فقط، بل تعدى ذلك، للنشاط ضمن مجموعات تهتم بالأخبار التقنية، وقد ذهب إلى أبعد من ذلك في الجانب الاستخداماتي من خلال تأسيسه لصفحة تهتم بنشر الإبداعات التقنية الخاصة به.

ومن خلال ملاحظتنا، لنشاط المبحوث في هذه المواقع، نرى حقيقة بأن المبحوث يملك حسابا في كل ما سبق ذكره، إلا أن النشاط الواضح له في هذه الشبكات يتجلى في الفاييسوك وتطبيق الانستغرام، بدليل حضوره الدائم في الموقع والتطبيق السابقين، لتكون بذلك مدة استخدامه لهذه المواقع بحسب ما صرح به من 3 إلى 6 ساعات، إلا أن

معظمها لا يتعدى تقريبا الساعة 23:00 ليلا، وهذا معرفتنا بالجو الأسري السائد في العائلة والذي يسوده الانضباط في الوقت خاصة في الفترة الليلية، ونظرة الأبوين التي لا تزال تنظر للمبحوث على أنه طفل يحتاج للتوجيه، ويقوم بالانقياد للأوامر الأسرية، كما أن الهاتف النقال هو الوسيلة المفضلة لديه فكنا نلاحظ المبحوث يولي أهمية كبيرة لهاتفه وخصائصه التقنية، بدليل تجديده بصفة مستمرة وفق ما تتطلبه الخصائص التقنية لهذه المواقع (جودة الصورة، البطارية، ...) وهو ما يعني أن المبحوث حريص على ضرورة توفر الطرف التقني للاستخدام، وقد تعددت أوجه اللقاء الاجتماعي مع المبحوث خلال فترة الدراسة وقد كان استخدامه لهذه المواقع ملازما لكل حضور مكاني، أما حساباته الأخرى ضمن نفس الموقع فإن المبحوث يملك حسابين في موقع الفايسبوك، الأول باسم أنثى، والثاني باسم أمازيغي وهذا نظرا للأصل الأمازيغي للمبحوث، وهو ما يفسر حضور هويته في هذه المواقع وارتباطه بها رمزيا في هذا الفضاء الافتراضي، أما عن عدد الأصدقاء في الفايسبوك مثلا فقد بلغ أكثر من 3000 صديق، وهو ما يفسر أن الدافع الأول للمبحوث في استخدامه لهذه المواقع هو التعارف - حتى وإن كان التدليل الكمي لا يعطي قيمة للتعارف - وبنظرة للمواضيع التي ينشرها عبر صفحته الخاصة في الفايسبوك أو صورته في الانستغرام، نلاحظ بأنه لا ينشر الأخبار المتعلقة بالتكنولوجيا فحسب، بل يتعداها لتبيين إبداعاته في هذا المجال، وحتى وإن نشر صورته الخاصة، فإنه لا ينشر من أجل النشر، وإنما من أجل توضيح ملامح الإبداع في التصوير في حد ذاته بالإضافة إلى اهتمامه بالشكل اللائق للمصور، وهذا لا يعني أبدا أن المبحوث لا يهتم بالمواضيع الأخرى الثقافية والاجتماعية وحتى السياسية، وإنما حديثنا هنا على الغالب من هذه المواضيع، كما أن الصفحة التي يديرها لا تلقى رواجاً كبيراً بين المستخدمين وهذا راجع في اعتقادنا لعدم إعطائها الوقت الكافي والاهتمام المناسب من طرف المبحوث، وإنما أنشأها من أجل الحضور الافتراضي ضمن المجموعات الحاضرة في الفايسبوك، والتي هي عبارة عن بناء لأدوار رمزية في هذا الفضاء.

المبحوث الثاني:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 26 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: بطل

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث أكد لنا بأنه يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي التالية: الفايسبوك، التويتر، اليوتوب، المدونات الالكترونية، الماي سبيس، وتطبيقات: السكايب، الفايبر، والانستغرام، أما عن المواقع التي ينشط فيها بكثرة فقد بين بأنها على النحو الترتيبي التالي: الفايسبوك، اليوتوب، التويتر، والانستغرام، وكان قد بدأ الاستخدام

منذ سنة 2013، معبرا في ذات السياق أنه يستخدم هذه المواقع في كل الأوقات نظرا للفراغ الذي يعيشه وعدم ارتباطه بمهام وظيفية محددة أو دراسية خاصة في الفترة الأخيرة بعد إتمام الدراسة، حيث يبلغ معدل استخدامه لهذه المواقع من 03 - 06 ساعات يوميا، وهي نسبة معتبرة ومفسرة للاستغراق الزمني الذي يقضيه هذا المبحوث في هذه المواقع، وعلى عكس المبحوث الأول فإن استخدامه لهذه المواقع هو عن طريق الحاسوب بالدرجة الأولى، مؤخرا بدأ استخدامه للهاتف النقال كوسيلة للإبحار في هذه المواقع، حيث انه منذ شراءه للهاتف النقال أصبح معدل استخدامه مضاعفا، وهو أمر حتمي لمكان الاستخدام فقد كان يستخدم هذه المواقع في المنزل أو مقاهي الانترنت وهي الأماكن التي يوجد فيها الحاسوب، لكن مؤخرا أصبح استخدامه للموقع في كل الأماكن التي تسمح له الفرصة بذلك نتيجة امتلاكه للهاتف النقال، وقد أكد لنا المبحوث بأنه لا يملك حسابا ثانيا في نفس الموقع واعتبره نوعا من تعدد الهويات وهو أمر غير محبذ بالنسبة له ذاما لكل من يملك هذا التعدد الهوياتي معتبرا إياه نوعا من اللامصداقية، وعن دوافع استخدامه لهذه المواقع، فقد تمثلت في التعارف أولا وإبراز مواهبه الفنية وإبداعاته ثانيا، حيث ان المبحوث فنان موسيقي ومتخرج من المعهد العالي للموسيقى، بالإضافة إلى التواصل مع الفنانين من كل بقاع العالم، وهذا ما يفسر اهتمامه المتزايد بالمواضيع الفنية بالدرجة الأولى، ومواضيع المنح الدراسية تلبية لطموحه في الاستفادة من منحة دراسية في الخارج لإتمام دراسته على غرار باقي أصدقائه، كما أنه يهتم بمواضيع الشغل والتوظيف باحثا عن أي فرصة عمل تتلاءم مع مؤهلاته، وهو يهتم بهذه المواضيع من خلال نشرها ومشاركة المنشورات التي ينشرها أصدقاؤه، لبيان لنا أخيرا بأنه ينشط ضمن مجموعات افتراضية في الفايسبوك ويدير صفحة فنية باسمه.

ومن خلال ملاحظتنا، بغض النظر على الاستخدام المكثف لموقع الفايسبوك، فإن المبحوث له قناة عبر اليوتوب، وهذا ما يتلاءم مع دافعه المتعلق بإبراز مواهبه وإبداعاته في الجانب الموسيقي والتعريف بها، كما أن نشاطه ملحوظ عبر موقع التويتتر، والجميل في هذه المواقع انها خلقت امتدادات بينها، فما يتم نشره عبر التويتتر ينشر بطريقة تشاركية عبر الفايسبوك، ومن خلال تفاعلاتنا اليومية مع المبحوث، نلاحظ بأنه حينما كان لا يملك هاتفا نقالا كان أكثر تفاعلا وحضورا في الجانب الاجتماعي، إلا أنه كان يخصص وقتا من تلك التفاعلات اليومية للذهاب إلى مقاهي الانترنت بغية استخدام هذه المواقع أو في كل فرصة يتاح له فيها ذلك، لكن عندما امتلك الهاتف النقال قلت تفاعلاته بنسبة ملحوظة وأصبح استخدامه لهذه المواقع موازيا لتفاعلاته اليومية، وحقيقة أن المبحوث يبحث على كل منافذ الشهرة وإبراز ذاته من خلال المواضيع التي ينشرها عبر مختلف المواقع التي يستخدمها، كما يحاول في كل مرة نشر حالاته النفسية والشعورية، وهذا في اعتقادنا نتيجة الضغوط الاجتماعية التي يعيشها المبحوث (الفقر، البطالة..)، وبالنسبة للصفحة التي يديرها وهي عبارة عن صفحة للفرقة التي يرأسها قد لاقت رواجا لا بأس به خاصة في الآونة الأخيرة، بعد محاولة نشر كل جديد فيها والانتاجات الفنية لها.

المبحوث الثالث:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: ثانوي

السن: 21 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث وضح لنا أن الموقع الذي يملك فيه حسابا شخصيا هو موقع الفاييسبوك واليوتوب، بالإضافة إلى تطبيقي الفاير والانستغرام، أما عن نشاطه المكثف في هذه الشبكات فكان الفاييسبوك في الدرجة الأولى وبعدها اليوتوب ثم الانستغرام وبدرجة أقل الفاير، ووجود الفاير في آخر الاستخدامات شيء طبيعي في اعتقادنا لخصوصية التطبيق حيث أنه موجه للتواصل فقط، أما عن بداية نشاط المبحوث في هذه المواقع فقد وضح لنا أن بدايات استخداماته الأولى كانت عام 2014، وبعدها تم غلق كل حساباته عام 2015، لمدة تزيد عن 08 أشهر نتيجة التزاماته مع شهادة البكالوريا ليعاود مرة أخرى الولوج لهذه المواقع بنسبة أكبر، والمبحوث يستخدم هذه المواقع في كل الأوقات أي متى سمحت له الفرصة وأراد ذلك، بمعدل من 03 - 06 ساعات يوميا، حيث كان يستخدم اللوحات الذكية والهاتف النقال، وعن سبب استخدامه للوحات الذكية فقد أجاب المبحوث بأنها تساعده على مشاهدة المضامين الفيلمية والألعاب الالكترونية أكثر من غيرها، لكبر حجمها وسرعتها في معالجة البيانات، ولسهولة حملها، فقد كان يحملها بشكل يومي، الأمر الذي يتيح له استخدام هذه المواقع في أي مكان يختاره، وفي سياق الاجابة على أسئلة المقابلة كشف لنا بأن له أكثر من حساب على موقع الفاييسبوك كلها باسماء مستعارة، وسبب ذلك حسب رأيه يعود إلى الملل والرغبة في التجديد كل مرة، خاصة وأنه يدخل في صراعات نقاشية مع العديد ممن يتعارف عليهم عبر صفحته، فيحاول كل مرة الانسحاب من حسابه الشخصي وإنشاء حساب آخر، بغية البحث عن علاقات تعارفية جديدة تلاءمه، وبالنسبة للمواضيع التي تهتمه فإن الأفلام والألعاب كانت بدرجة أكثر، لتليها أخبار الرياضة والفن بالدرجة الثانية، حيث يهتم بها عبر كل الأشكال التفاعلية من نشر ومشاركة وتعليق وإعجاب، والمبحوث جزء في العديد من المجموعات الناشطة في تخصصات عديدة بغية أن يطلع على كل جديد فيها.

ومن خلال ملاحظتنا، للمبحوث نرى بأنه فعلا يملك حسابا في موقع الفاييسبوك، حيث كان حضوره واضحا ضمن هذا الموقع من خلال نشاطه عبر صفحته الشخصية، ولم يكتف فقط بالتفاعل مع ما ينشره أصدقاؤه، وبالنسبة للفترات التي كنا نشاهده فيها بكثرة هي الفترة الليلية والتي كانت تدوم إلى وقت متأخر جدا من الليل، والمبحوث من

خلال علاقة الصداقة في هذا الموقع التي تربطنا معه، كان كل مرة وفي فترة وجيزة يرسل طلبا للصداقة باسم آخر، مغلقا بذلك حسابه القديم، وهنا لا بد أن نبدي انطباعنا الاجتماعي على المبحوث، حيث أننا نعرفه معرفة شخصية كبقية المبحوثين، فالمبحوث من عائلة مرتاحة اقتصاديا، وهو أصغر فرد في العائلة، يعني ذلك أنه يعامل معاملة خاصة في أسرته، لدرجة أنه لا يجد في الغالب رضا لطلباته، الأمر الذي - في اعتقادنا - انعكس على تفاعلاته الرمزية من خلال عدم إيمانه بالرأي المعارض، ولا يقدم أي جهد في إقناع الآخرين في رأيه، بل في بعض الأحيان من يعارضه الرأي في آراءه ومنشوراته كان يلقي وابلا من السب والشتم رافضا أي رأي مخالف، وهو ما ترفضه قيم التواصل في هذه المواقع، لكن ما دام المستخدم له الحرية في غلق حساب وفتح آخر وطلب صداقات مع من يتوافق معهم ورفض ما لا يتوافق معهم فإن المبحوث وجد حلا للاستمرار في تفاعلاته المتعصبة لرأيه.

المبحوث الرابع:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: ثانوي

السن: 22 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، بين لنا بأنه يملك حسابا في موقع الفاييسوك وموقع اليوتوب، لكن نشاطه عبر الفاييسوك أكثر، بينما قناته على اليوتوب شبه معطلة ويقوم بتفعيلها في بعض الأحيان فقط، وقد بدأ نشاطه في هذه المواقع منذ سنة 2014، حيث أنه يفضل استخدامها في الأوقات كلها بمعنى متى سمحت له الفرصة بذلك، بمعدل استخدامات من 03- 06 ساعات يوميا، مستعملا في ذلك الحاسوب والهاتف النقال كوسيلة تواصل عبر هذه الشبكات، واستخدامه للحاسوب يرجع إلى أن المبحوث بالإضافة إلى دراسته يعمل في مقهى للانترنت الأمر الذي يجعله دائما مستخدما للحاسوب، بينما لا يكتفي بالاستخدام في تلك الفترة فحسب، بل يستخدم الهاتف النقال ليلا، وهذا ما يسوقنا إلى مكان استخدامه لهذه المواقع فهو يستخدم الحاسوب في مقهى الانترنت، والهاتف النقال في المنزل، نافيا بذلك امتلاكه لأي حساب آخر على الموقع، مبررا استخدامه المكثف لهذه المواقع في الرغبة المتزايدة للتعرف وبناء علاقات جديدة، بالإضافة إلى حاجاته المتزايدة للاطلاع على مختلف المعلومات، حيث أن أهم المواضيع التي يهتم بها المبحوث هي منشورات الحكم والمواعظ والشعر وأخبار الرياضة بدرجة أولى، لتأتي فيما بعد المواضيع الأخرى ذات التخصصات المختلفة، والمبحوث يهتم بهذه المواضيع مشاركة وتعليقا وإعجابا ونادرا ما ينشر عبر صفحته ذلك، فالمبحوث قليل النشر في صفحته الخاصة، ويرجع ذلك في اعتقادنا إلى انهماكه وقضاء جل وقته في التواصل مع

الآخرين، كما أن المبحوث عضو في عدة مجموعات افتراضية في موقع الفايسبوك للاطلاع على كل جديد في هذه المجموعات، خاصة ما تعلق بأخبار الرياضة.

ومن خلال ملاحظتنا، نجد أن المبحوث يملك حسابا على موقع الفايسبوك، بينما قناته الموجودة على اليوتوب فيها 03 فيديوهات فقط منذ سنة 2014، وهو دليل على عدم فعالية حسابه اليوتوبي، والمبحوث دائم التواصل عبر الفايسبوك نتيجة حضوره في أغلب الأوقات، كما أن المبحوث قد اكتسب خبرة في المجال التقني الخاص ببعض خصائص موقع الفايسبوك بعد التحاقه بالعمل في مقهى الانترنت، ونتيجة ظروفه الاجتماعية المتدهورة فهو لا يملك حاسوبا بالبيت ولا يملك هاتفا نقالا جيدا يسمح له باستخدام هذه المواقع بكل أريحية، ويرجع سبب عدم نشاطه في صفحته لانشغاله بالتواصل مع الجنس الآخر، فالمبحوث له علاقة مع الطرف الآخر في علاقة غرامية تجمع بينهما منذ عام 2015، وهو تاريخ بداية الدردشة بينهما (مع زميلته في الدراسة)، وربما هذا السبب هو من جعل المبحوث ليس لديه وقت أن ينشر إلا نادرا، وهذا في رأينا هو السبب الرئيسي لاستخدام هذه المواقع بهذه الكثافة ليكون الدافع العاطفي هو أساس الاستخدام لدى المبحوث، وهو ما يفسر ميوله إلى الرومانسية والشعر في منشوراته القليلة، والمبحوث دائم الحضور في المجموعات التي تعكس اهتمامه الاجتماعي الواضح بالرياضة خاصة وأنه يمارس رياضة كرة القدم، وجماعة الأصدقاء المقربة لديه هم من ممارسي هذه الرياضة، فمعرفة لأخبارها تساعده على الاندماج أكثر ضمن مجموعة الأصدقاء.

المبحوث الخامس:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 25 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث وضح لنا بأنه يملك حسابا على موقع الفايسبوك فقط، بينما يملك حسابا في تطبيقين هما: الانستغرام، والسكايب، حيث يستعمل السكايب فقط، عند الاتصال ببعض أفراد عائلته المتواجدة بالخارج، وكان قد بدأ استخدامه لهذه المواقع عام 2013، حيث أنه يستخدم هذه المواقع في كل الأوقات بمعدل من 01-03 ساعات يوميا، عبر الهاتف النقال لأنه حسب رأيه سهل الاستخدام ودائم الحضور معه، كما أنه لا يملك حاسوبا ولا يتردد على مقاهي الانترنت لأنه أصبح لا يرغب فيها ولا يمكن له الاستخدام إلا من خلال هاتفه النقال كعادة من عادات الاستخدام، لأنه يمكنه - الهاتف النقال - من الاستخدام في أي مكان يريده، وقد كشف

المبحوث بأنه يملك حسابات أخرى في هذا الموقع، تحمل أسماء مستعارة منها حتى أسماء الإناث، بغية التقرب أكثر للجنس الآخر، أو من باب التسلية والمزاح مع الأصدقاء، ولا يرى في ذلك نوعا من الإحراج بل يراه أمرا طبيعيا وممتعا، وبهذا يكون الدافع الأول للاستخدام عند المبحوث هو التعارف والتواصل مع الآخرين، أما بالنسبة للمواضيع التي تهمه فهي المواضيع الدينية والفنية، حيث يقوم بالنشر والمشاركة والتعليق والإعجاب بكل ما يتعلق بما سبق، والمبحوث نشط كذلك في العديد من المجموعات بدافع الاستفادة بما ينشره النشطون فيها، ولا يكتفي نشاطه بالاطلاع فقط، وإنما العمل على مشاركة كل أمر مفيد يدخل ضمن دائرة اهتماماته.

ومن خلال ملاحظتنا، نجد أن حسابه على موقع الفيسبوك فعال ونشط، أما على الانستغرام فنجد حضوره متواضعا نوعا ما مقارنة مع الفيسبوك، لكن تقريبا صوره الخاصة التي يقوم بنشرها هي نفسها الموجودة في كلا الحسابين، وتعطل المبحوث على الدراسة لمدة تزيد على 03 سنوات جعله يعيش مرحلة من الفراغ، وهذا أحد أسباب نهمه المتزايد في استخدام الموقع، كما أن المبحوث دائما في علاقاته الاجتماعية كان يضع حيزا للتواصل الافتراضي عبر الموقع، ففي العديد من المرات ينسحب من التفاعل الاجتماعي لينعزل نحو الافتراضي، وعدم امتلاكه للحاسوب جعل الهاتف النقال يستحوذ على تفاصيل حياته اليومية، ومعروف على المبحوث علاقاته المتجددة مع الجنس الآخر، والتي كانت في الغالب يربطها من خلال استغلال هذه الشبكات، إلا أن هذا لا يعكس صورة المبحوث الحقيقية الظاهرة من خلال ما ينشره من محتويات التي يغلب عليها الأذكار والأحاديث والأدعية الدينية، وهذا وإن كان في ظاهره تناقضا إلا أنه يحتاج منا لدراسات نفسية واجتماعية لتحليل مثل هذه الشخصيات التي ازداد عددها في هذا الوسط، والمبحوث يعمل على نشر كل ما هو مفيد، هو انعكاس لشخصيته الاجتماعية، فهو معروف بحب التطوع ويشترك في كل النشاطات ذات الصلة بالتعاون والتضامن وحب الخير بشهادة كل الفاعلين القريبين منه.

المبحوث السادس:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: متوسط

السن: 18 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: عامل

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث فإنه يملك حسابا في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وحسابا في تطبيق الانستغرام، أما بالنسبة للاستعمال الأكثر وضوحا فإنه يستخدم الفيسبوك بدرجة أكثر من الانستغرام، وكان المبحوث قد بدأ نشاطه في الفيسبوك منذ سنة 2015، أي في سن 15 سنة من عمره، - حتى لا نغفل الجوانب

النفسية والاجتماعية والثقافية لهذه المرحلة العمرية- وكبقية المبحوثين فإنه يستخدم هذه المواقع في كل الأوقات باعتبارها لازمة الحضور في تفاصيل الحياة اليومية، بمعدل استخدام من 06- إلى 09 ساعات يوميا، وهي فترة ملفتة للنظر في الاستخدام تدلل على الكثير من المعطيات الكمية، لكن ينبغي الإشارة إلى ضرورة التفرقة بين وقت الاستخدام ووقت النشاط، ويستخدم المبحوث الهاتف كوسيلة للاستخدام دائما لنفس السبب لسهولة استعماله وحضوره الدائم معه، وبالنسبة للمكان المفضل لديه لاستخدام هذه المواقع، فقد أكد لنا بأن المنزل ومكان العمل هي الأماكن التي يستخدم فيها هذه المواقع فليس له وقت للذهاب إلى مقاهي الانترنت، وعند اجابته حول امتلاكه لحساب آخر ضمن موقع الفايسبوك فقد بين لنا بأنه يملك حسابين، حساب باسمه الأصلي وحساب باسم أنثى لتسهيل الارتباط بالجنس الآخر والتعارف عليهم، وعن دوافع استخدامه لهذه المواقع فقد وضح بأنه يستخدم الفايسبوك للتواصل مع الآخرين، بينما الانستغرام لعرض صورته والتعريف بها، وفي سياق اجابته فقد وضح بأن المواضيع التي يهتم بها في مواقع التواصل الاجتماعي هي التسلية والترفيه بالإضافة إلى أخبار الرياضة، ويتفاعل معها نشرا ومشاركة وتعليقا وإعجابا، وبالإضافة إلى ذلك فالمبحوث نشط في عدة مجموعات وفقا لاهتماماته بهدف معرفة آخر الأخبار المحلية والوطنية.

ومن خلال ملاحظتنا، للمبحوث فإن نشاطه عبر موقع الفايسبوك واضح جدا من خلال حضوره المتواصل في الموقع، هذا بالإضافة إلى نشاطه في تطبيق الانستغرام وجعل امتداد لما ينشره عبره إلى موقع الفايسبوك، وكنا كل مرة نحاول الولوج للموقع للبحث عن الوقت المكثف للحضور بجده حاضرا في الموقع، وهو ما يفسر إجابته الخاصة باستخدامه للموقع من 6-9 ساعات، وذلك يرجع إلى أن المبحوث يعمل في محل (صاحب محل) فبالإضافة لوقت الاستخدام الذي يقضيه في المحل، فإن الاستخدام يصاحبه حتى إلى المنزل في الفترة الليلية، وكانت المواضيع التي ينشرها المبحوث تتعلق بفيديوهات التسلية والترفيه وبعض المنشورات التي تحمل طابعا تهكميا ناقما على الوضع القائم، كما كان في كل مرة يحاول أن يوضح له ارتباطات مع الجنس الآخر في منشوراته، وهذا يرجع في اعتقادنا إلى أن المبحوث قد دخل عالم الشغل صغيرا ونظرا لإمكاناته المادية فقد فتح محلا تجاريا، وبالتالي يرى بأنه قد ضمن مستقبله في هذا المحل من خلال جعل هذه التجارة مصدر رزق له، وهنا المبحوث أصبح ينظر إلى العلاقة مع الجنس الآخر بنوع من المسؤولية فهو يريد الزواج بالرغم من سنه الصغير، وهو الأمر الذي كان يأمره به والده في العديد من اللقاءات التي تجمعنا به على أساس أن الزواج المبكر يدخل في عادات وتقاليد الأسرة. وللإشارة فإن المبحوث رغم هذه التفسيرات ما زال يعيش حالة عدم اتزان بين نفسه وبين ما يعيشه الأمر الذي جعله يتبنى عدة هويات بحثا عن التسلية هربا من واقع الانسجام بين واقعه وسنه.

المبحوث السابع:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 22 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث كشف لنا بأنه يملك حسابا في المواقع التالية: الفايسبوك، اليوتوب، والمدونات الالكترونية، كما أن له اشتراكا في تطبيقي الفاير والانستغرام، أما الترتيب الاستخدامي اعتمادا على معيار الكثافة الاستخدامية: الفايسبوك، الانستغرام، المدونات الالكترونية، اليوتوب، الفاير، وكان المبحوث قد بدأ استخدامه لهذه المواقع عام 2014، مستخدما إياها في كل الأوقات التي تتوفر فيها ظروف الاستخدام (الوسيلة، الوقت، المكان، الاتصال بالشبكة)، وللإشارة فإن المبحوث قد بين لنا بان طريقة اتصاله بالانترنت هي عن طريق اشتراك شهري لشبكة الهاتف النقال، ومعدل استخدام المبحوث لهذه المواقع من 3-6 ساعات يوميا، مستخدما إياها عن طريق الهاتف النقال، دائما لنفس الأسباب السابقة الذكر والتي أصبحت خصائص ملازمة للهاتف كوسيلة اتصالية، مبينا بأن كل الأماكن هي مكان للاستخدام بالنسبة إليه، وقد بين المبحوث بأنه يملك أكثر من حساب في الفايسبوك، وذلك نظرا لخوفه من القرصنة، وكذلك للاطلاع على منشورات بعض أصدقاءه الذين قام بحظرهم من حسابه العلني، وعلى عكس المبحوثين السابقين، فإن المبحوث بالاضافة إلى اهتماماته بالمواضيع الترفيهية، فإن له اهتماما بالمواضيع السياسية ودعوته الدائمة إلى التمرد على النظام القائم، والتهكم والاستهزاء بكل ما هو رسمي وحكومي، ويهتم بهذه المواضيع بكل أشكال الاهتمام (النشر، المشاركة، التعليق والإعجاب)، والمبحوث يشارك في العديد من المجموعات ومشاركته هذه لا تقف عند الاطلاع على المواضيع فقط وإنما المشاركة كذلك بآراءه ضمن هذه المجموعات ومحاولة إقناع بقية الفاعلين بها.

ومن خلال ملاحظتنا، للمبحوث نرى بان استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي في تراتبيتها أمر صحيح، إلا أن الجديد عند هذا المبحوث هو استخدامه للمدونات أكثر من اليوتوب، فالمبحوث يملك مدونة الكترونية مسماة باسم تهكمي ساخر، وهي مدونة تهتم بنشر العديد من المشاكل التي يعاني منها الشباب اليوم (البطالة، الفقر...)، والمبحوث دائم التواصل عبر هذه المواقع، وهذا ما يفسر نسبة استخدامه، كما أنه يمتلك ثقافة تقنية تؤهله إلى استخدام هذه المواقع بطريقة سهلة والاستفادة من كل امتيازاتها التي تتيحها للمستخدمين، وللإشارة فإن المبحوث يتميز بطابعه العنقوي في التعاملات الاجتماعية وكذلك صراحته المطلقة في معالجة الأمور، وفي اعتقادنا هذا هو

سبب جراته في طرح منشوراته عبر هذه المواقع، وفي السياق ذاته هذا لا يعني أبدا عدم اهتمامه بجوانب إبراز ذاته (الصور، الفيديوهات خاصة المباشر منها...)، والجوانب الترفيهية والتسلوية.

المبحوث الثامن :

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: ثانوي

السن: 18 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، فقد كشف لنا المبحوث بأنه يملك حسابا في كل من موقعي الفاييسوك والفابير، ولديه اشتراك في تطبيق الانستغرام، أما الاستعمال الترتيبي وفقا لمعدل الاستخدام فإن الفاييسوك يأتي في صدارة المواقع المستخدمة من طرف المبحوث، وقد بدأ المبحوث استخدام هذه المواقع في سنة 2015، مستخدما إياها في كل الأوقات التي تسمح له الفرصة بذلك، بمعدل استخدام من 3 - 6 ساعات يوميا، أما الوسيط الاتصالي المستخدم فقد وضح بأنه يستعمل الهاتف بطريقة مكثفة لسهولة استخدامه وتلازمه معه في أي مكان يذهب إليه، وقد كشف المبحوث بأنه لا يملك أكثر من حساب في مواقع التواصل الاجتماعي، وإنما حساباته الشخصية باسمه، وعن دوافع استخدامه لهذه المواقع فقد كشف بأن الدافع الرئيسي هو بناء علاقات اجتماعية جديدة خاصة مع الطرف الآخر، كما أنه الوسيلة المفضلة لديه للتواصل مع الجنس الآخر، والمواضيع التي يهتم بها المبحوث هي مواضيع الترفيه والتسلية، كما أن استخدامه لليوتوب لا يعدو أن يكون متصفحاً فيه، فهو لا يملك أي قناة خاصة به وإنما يتعرض بكثرة للفيديوهات والأفلام التي ترتبط مع اهتماماته، بالإضافة إلى اهتمامه بفن الرسم وكل ما هو جديد من إبداعات فنية، وهو نشط ضمن مجموعات عديدة للاطلاع على كل ما هو جديد ضمن نطاق اهتماماته.

ومن خلال ملاحظتنا، نرى بأنه يستخدم الفاييسوك بطريقة مكثفة، ويعتمد على الرابط بين منشورات الانستغرام ومنشورات الفاييسوك، حيث يسعى في الكثير من الأحيان لنشر صور تتعلق بحياته اليومية، والمبحوث ليس لديه اشتراك معين بالانترنت، إلا من خلال استغلال الانترنت في المنزل لولوج هذه المواقع، وهذا يكون في الفترة الليلية غالبا، أما في النهار وبمراعاة الوقت المخصص للدراسة، فإنه يذهب مباشرة في الفترة المسائية لدار الشباب بغية استخدام هذه المواقع عن طريق الاتصال المجاني بالشبكة، وليست المجانية هي وحدها الدافع في الاستخدام في هذا المكان، وإنما الدافع الأصلي هو أنه يلتقي بزملائه للاستخدام الجماعي للعالم الرمزي، دون اغفال التفاعلية في الجانب الواقعي والتعليق الجماعي على مختلف الأحداث التي يرونها في هذه المواقع، كما أن المبحوث يرتبط بزميلته في الدراسة

الأمر الذي يجعله مستغرقا في الدردشة أكثر من استغراقه في التعرض والنشر، وهو ما يفسر قلة المنشورات الموجودة في موقع الفاييسوك، وأخيرا فإن اهتماماته المرتبطة بعالم الابداع والرسم تجعله دائما في اطلاع متواصل على الابداعات المختلفة في هذا المجال.

المبحوث التاسع:

معلومات المبحوث:

الجنس: ذكر
السن: 23 سنة
المستوى التعليمي: جامعي
الوظيفة: طالب
الحالة الاجتماعية: أعزب

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث فقد بين لنا بأنه يملك حسابين في موقعي: الفاييسوك، واليوتوب، واشتركا في تطبيق الانستغرام، وهما بهذا السرد مرتين ترتيبا استخداماتيا تبعا لمتغير كثافة الاستخدام، وكان المبحوث قد بدأ نشاطه في هذه المواقع عام 2014، مستخدما إياها في كل الأوقات التي تسمح له الفرصة بذلك، إلا أن أكثر الأوقات استخداما بالنسبة إليه هي الفترة الليلية، ويبقى بذلك لوقت متأخر جدا وهو مستغرق في استخدامه لهذه المواقع، بمعدل استخدام من 3 - 6 ساعات يوميا، مستخدما إياها بالهاتف النقال، وفي كل الأماكن التي يمكن أن تتوفر فيها ظروف الاستخدام، وعن امكانية امتلاكه لحساب آخر في نفس الموقع، نفى المبحوث ذلك، مكثفيا بحسابه الشخصي الرسمي فقط، وعن دوافع الاستخدام فقد أكد المبحوث بأنه يستخدمها بدافع التواصل مع الآخرين، وإبراز المواهب التي يتمتع بها (كرة القدم)، والتعرف على كل ما هو جديد خاصة في الأمور الترفيهية والتسلوية، بالإضافة إلى المواضيع الدينية (خاصة الترهيبية منها)، ويتفاعل مع هذه المواضيع نشرا، ومشاركة، وتعليقا، وإعجابا، مؤكدا في الأخير بأنه ينشط ضمن العديد من المجموعات للاستفادة من خبرات الناشطين فيها (مجموعات الحرف والعمل...) والاطلاع على الأخبار.

ومن خلال ملاحظتنا، للمبحوث نرى بأنه بالإضافة إلى نشاطه الواضح في موقع الفاييسوك، إلا أنه ينشط كذلك عبر الانستغرام بشكل ملفت للانتباه مقارنة بما سبقه من مبحوثين، بالإضافة إلى اليوتوب الذي يملك فيه حسابا غير فعال، وإنما يشاهد من خلاله كل ما هو جديد وفقا لاهتماماته، وكان المبحوث في بدايات استخدامه لهذه المواقع يجهل الكثير من الثقافة التقنية للاستخدام إلى غاية تعلمه لبعض المهارات التقنية والتي زادت من استخدامه لهذه المواقع، كما أن المبحوث حاضر في الوجود الاجتماعي غائب في الوجود التفاعلي داخل السياق الاجتماعي، لانغماسه في الكثير من الأحيان في الدردشة، والجدير بالذكر أنه بالإضافة لاهتمامه بالمواضيع الترفيهية

فهو يهتم كذلك بالمواضيع الدينية، ودعوته الدائمة للقيام بالعبادات وتبيان جزاء من يعرض عن ذلك، ويعمل المبحوث على جعل اليوتوب كموقع لتعلم المهارات اليدوية والحرفية والفنية.

المبحوث العاشر:

معلومات المبحوث:

الجنس: ذكر السن: 30 سنة المستوى التعليمي: متوسط الوظيفة: موظف الحالة الاجتماعية: أعزب

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث بين لنا بأنه يملك حسابا في موقع الفاييسبوك فقط، ولا يملك حسابا في المواقع الأخرى، ولا اشتراكا في التطبيقات كذلك، وهذا يرجع في اعتقادنا إلى سببين:

- نقص الثقافة التقنية والتكنولوجية التي يتمتع بها المبحوث
- أن المبحوث كان لا يملك هاتف نقال يسمح له باستخدام بقية التطبيقات والمواقع، سوى استخدام الفاييسبوك من خلال استغلال فرصة الاستخدام (مقاهي الانترنت، محلات الأصدقاء...).

وكان المبحوث قد بدأ استخدامه لهذا الموقع سنة 2016 مستخدما إياه في كل الأوقات التي تتوفر فيها ظروف الاستخدام، وذلك بمعدل استخدام من 3-6 ساعات يوميا، وذلك عن طريق الحاسوب والهاتف النقال، ويستخدم المبحوث هذا الحساب بدافع التواصل مع الآخرين، وكسب الجديد من الأصدقاء، إلا أن الأصدقاء الذين يحاول كسبهم المبحوث غالبا يكونون خارج القطر الجزائري، والذين يتفق معهم في الميولات والاهتمامات، والمبحوث له اهتمامات بالمواضيع الاقتصادية والاجتماعية عن طريق كل أشكال الاهتمام (النشر، المشاركة، التعليق والإعجاب)، والمبحوث ينشط ضمن مجموعات عديدة كما أنه يدير صفحة خاصة به، تتعلق بمتابعة الشأن المحلي والتي أضاف لها عدة مسؤولين من أصدقاءه بعد أن لقت رواجاً وسط المستخدمين.

ومن خلال ملاحظتنا، فإن المبحوث يشتغل كعامل مهني في أحد المؤسسات التربوية، وشغله يتميز بالبساطة والسهولة وعدم بذل الجهد كثيرا، الأمر الذي يعطيه وقتا كبيرا للراحة يجعله يلجأ إلى استخدام الفاييسبوك لقضاء وقته في العمل، بالإضافة إلى الفترة الليلية، إلا أنه في بعض الأحيان لا يلجأ إلى الموقع لمدة يوم كامل أو يومين نظرا لعدم قدرته المادية على الاشتراك بالانترنت (الارتباط بـ 3G-4G)، كما أن المبحوث مازال في الكثير من الأحيان ينقصه التملك الكبير لثقافة الاستخدام التقنية، كما أن الصفحة التي قام بتأسيسها على الرغم من بساطتها إلا أن اهتمامها

بالمواضيع المعيشية للمستخدمين، جعلها تلقى رواجاً كبيراً بين المستخدمين، وتجدد الإشارة إلى أن المبحوث يحاول عرض كل تفاصيل حياته اليومية عبر حسابه.

المبحوث الحادي عشر:

معلومات المبحوث:

الجنس: ذكر السن: 29 سنة المستوى التعليمي: دراسات عليا

الوظيفة: طالب الحالة الاجتماعية: أعزب

من خلال مقابلتنا، بين لنا أن له حسابات في جميع مواقع التواصل الاجتماعي، وحتى اشتراكات في كل التطبيقات المعطاة كاختيارات ضمن سؤال شبكات التواصل الاجتماعي التي يملك فيها حساباً، إلا أنه بين أن معظمها معطل وغير فعال، فقد تم فتحها في وقت معين من أجل تجربة التواصل عبرها، ويبقى استعمالها نتيجة الحاجة الدافعة لذلك وحسب الطرف الاتصالي المناسب، لكن الحسابات التي ينشط فيها بكثرة هي: الفيسبوك، التويتر، لينكد إن، الفاير، اليوتوب، وكان المبحوث قد بدأ نشاطه في شبكات التواصل الاجتماعي عام 2012، مستخدماً إياها في كل الأوقات التي تتوفر فيها الطرف الاتصالي المناسب بمعدل استخدام كان في البداية من 6-9 ساعات، لتتدرج إلى 3-6 ساعات يومياً، مستخدماً إياها عبر الهاتف النقال بدرجة كبيرة والحاسوب بدرجة أقل، وقد كشف المبحوث أن المكان المفضل لديه للاستخدام هو المنزل، أو أي مكان آخر يحس فيه بالراحة، نافياً أن يكون استخدامه لهذه المواقع أوقات الدراسة أو مكان العمل أو حتى مقاهي الانترنت، وقد كشف المبحوث أنه لا يملك أي حساب مزدوج في نفس الموقع، مؤكداً في ذات السياق أنه على العكس، فهو يحاول دائماً المحافظة على أمان حساباته الشخصية كي لا يضطر لفتح أخرى، واعتباره أن فتح حساب في أحد هذه المواقع والحفاظ عليه يعتبر أمراً ضرورياً ومحتماً لكل مستخدم لأنه يعبر عن هويته وعن شخصيته، وعن دوافع استخدامه لهذه المواقع فقد وضح بأن الدافع الرئيسي هو التواصل مع الأصدقاء، ومحاوله بناء شبكات علائقية مع أصدقاء جدد ضمن نفس دائرة الاهتمامات التي تجمعهم، بالإضافة إلى ذلك فهناك دافع جلي - حسبه - وهو التعبير عن آرائه بكل حرية في مختلف المواضيع، فهو منبر لتلاقي الآراء والتعريف بها ومناقشتها، وعن أهم المواضيع التي يهتم بها في هذه المواقع، فقد أكد بأن المواضيع الدينية هي في الدرجة الأولى، تليها المواضيع العلمية في تخصصه، وبعدها المواضيع الاجتماعية خاصة تلك التي تعالج اهتمامات وطموحات الشباب الجزائري، مهتماً بها (نشر، ومشاركة، وتعليقاً، وإعجاباً)، إلا أنه يجذب المواضيع التي يقوم هو بنشرها، وفي ذات السياق فقد كشف بأنه ينشط في العديد من المجموعات التي تعالج

المواضيع التي يهتم بها، ولا يجذب إنشاء صفحة أو مجموعة لأنها مسؤولة وتحتاج تحديثا دائما من باب الوفاء للمتابعين أو الناشطين فيها.

ومن خلال ملاحظتنا، للمبحوث تجدر الإشارة أن المبحوث طالب دكتوراه في الري، وبالإضافة إلى تخصصه العلمي وبحكم معرفتنا للمبحوث فإنه يتمتع بثقافة تقنية وتكنولوجية في التعامل مع كل موارد الحاسوب (الأجهزة والبرامج)، الأمر الذي يمكنه لولوج هذه المواقع بطريقة سهلة مدركا لأهميتها محسنا لاستخدامها، وهذا ما يفسر استخدامه لأغلبية مواقع التواصل الاجتماعي، وكان المبحوث قد بدأ استخدامه لهذه المواقع بشكل مبكر أي مع بدايات ظهور أغلب هذه المواقع، والمبحوث يعتبر قائدا للرأي في مجال تخصصه خاصة بمنشوراته التي ينشرها عبر حساباته والتي تجذب قبولا ومشاركة لدى العديد من أصدقائه، والملاحظ أن المبحوث يتعامل بنوع من المسؤولية والالتزام اتجاه هذه المواقع، وهذا راجع في اعتقادنا إلى سببين هما:

- ثقافته التقنية.

- روح الالتزام التي يلتزم بها المبحوث في حياته الاجتماعية، وفي علاقاته التي تربطه مع أقرانه.

والمبحوث في تفاعلاته الاجتماعية، يحاول قدر الامكان أن يلتزم مع المتفاعلين، ولا يعطي مجالاً للتفاعل الافتراضي.

المبحوث الثاني عشر:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 29 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: متزوج

الوظيفة: موظف

من خلال مقابلتنا، فقد بين لنا بأنه يملك حسابا على الفايسوك فقط، أما بقية المواقع الأخرى أو التطبيقات المتعلقة بها فإنه لا يملك فيها ذلك، وكان المبحوث قد بدأ نشاطه الفايسوكي عام 2013 مستخدما إياه في الفترة الليلية بدرجة أكثر (خاصة أيام العمل، بينما أيام العطل فإن استخدامه يكون حسب الظروف الاتصالية)، بمعدل استخدام من 1 - 3 ساعات يوميا، وهي الفترة المستغرقة للاستخدام الليلي خاصة، ويستخدم المبحوث الفايسوك عن طريق هاتفه النقال، والذي يكون فيه الاتصال عن بعد (WIFI) في المنزل خاصة، وهو ما يجعل هذا الأخير مكانا له للاستخدام دون غيره من الأماكن، وعن إمكانية امتلاكه لأكثر من حساب في هذا الموقع نفى المبحوث حدوث ذلك، وقد وضع المبحوث دوافعه لاستخدام هذا الموقع بأنه يستخدمها بغية تتبع الأحداث فهو يعتبرها

مصدره الوحيد للمعلومة بالإضافة لوسائل الاتصال الشخصي، خاصة بعدما أكد استغناءه على التعرض لوسائل الاعلام الأخرى إلا في حالات نادرة، أما المواضيع التي يهتم بها المبحوث فهي المواضيع التي تقترب من بيئته المحلية، بالإضافة إلى المواضيع الدينية، ويهتم بهذه المواضيع (مشاركة، وتعليقا، وإعجابا، وفي أحيان قليلة نشرًا)، فالمبحوث قليل النشر على صفحته حسب ما أكد لنا ذلك، وعن نشاطه في بعض المجموعات الافتراضية فقد وضع بأنه عضو في العديد من المجموعات خاصة المهتمة ببيع وشراء السيارات، لأنه يمارس تجارة بيع وشراء السيارات كمهنة مساعدة لمهنته الأصلية.

ومن خلال ملاحظتنا، المبحوث يشتغل في إطار عقود ما قبل التشغيل بمديرية النشاط الاجتماعي، وقضاء يوم كامل في عمله هو ما جعل نسبة استخدامه تقل خاصة وأنه مرتبط اجتماعيا، واهتمامات الأسرة المتزايدة تجعل له زمنا حياتيا خاصا، وهو ما يفسر استخدامه العادي لموقع الفايسبوك، والمبحوث بهذا هو يخصص وقتا يوميا لاستخدام الفايسبوك، على أساس معرفته للأخبار من خلال ذلك، كما أن عمليات البيع والشراء الخاصة بالسيارات، كان يقوم بها من خلال بعض المجموعات الخاصة بذلك مثل (واد كنيس للسيارات سوق السويد، سوق تيجلابين...)، والتي أصبحت أسواقا يتبادل فيها الناس السلع، والمبحوث لا يجذب النشر وهذا ما رأيناه في ملاحظتنا الخاصة بحسابه، إلا في بعض الحالات والتي ينشر فيها في المجموعات السابقة بعض السيارات التي يريد بيعها أو شرائها، ولعل عدم إقبال المبحوث على النشر بصفة فردية، يرجع كذلك إلى قلة الوقت، فهو يستخدم في فترة محددة لكن أماكن زيارته عديدة ولا تكفي لهذا الوقت، أما في أيام العطل فكنا نلاحظ حضوره الدائم في الفايسبوك مقارنة بالأيام الأخرى.

المبحوث الثالث عشر:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 29 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: متزوج

الوظيفة: موظف

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث فقد كشف بأنه يملك حسابا في موقع الفايسبوك فقط دون المواقع الأخرى، ولا يشترك كذلك في باقي التطبيقات، وقد بدأ نشاطه عبر هذه المواقع سنة 2015، وهي سنة حديثة نسبيا مقارنة ببقية المبحوثين والسبب في ذلك في اعتقاده إلى أنه كان لا يؤمن بفكرة استخدام الفايسبوك ولا التواصل عبره، من خلال الصورة السلبية التي كان يحملها عليه (مضيق للوقت، يستخدم في الأمور غير الأخلاقية...)، وعن الأوقات المفضلة

لديه هي كل الأوقات متى ما ارتبط بالانترنت عن طريق الهاتف، بمعدل استخدام من 1 - 3 ساعات، وهي فترة معتبرة في الاستخدام بالنسبة إلى مبحوث جديد نوعا ما وفي ظل ظروف اجتماعية معينة، وذلك عن طريق الهاتف النقال بدرجة أكبر، وقد وضع المبحوث أنه يستخدم الفايسبوك في كل الأماكن متى سمحت له الفرصة بذلك حتى في أماكن العمل، وفند المبحوث إمكانية امتلاكه لحساب آخر في ذات الموقع معتبرا أن حسابه شخصي ولا يمكن التفريط به إطلاقا، وعن دوافع استخدامه لهذا الموقع، وضع المبحوث ذلك في النقاط التالية:

- التواصل مع الأصدقاء، والتعارف مع جماعات أخرى ضمن دائرة نفس الاهتمام.
- الاطلاع على مختلف الأخبار التي تهم قطاع العمل (التريبة) .
- نشر مختلف الآراء والأفكار والصور.

وعن أهم المواضيع التي يهتم بها المبحوث في موقعه، فقد بين بأن المواضيع الرياضية ومواضيع التي تهم مهنته بالدرجة الأولى، لتليها المواضيع الدينية والأخلاق، وبعدها المواضيع الاجتماعية والسياسية ويهتم بهذه المواضيع بكل أشكال الاهتمام (النشر، والمشاركة، والتعليق، والإعجاب)، وفي نفس السياق فقد أوضح المبحوث بأنه نشط ضمن مجموعات افتراضية تعكس اهتماماته، لكن قلما ينشر في هذه المجموعات، مكتفيا بالاطلاع على كل ما هو جديد.

ومن خلال ملاحظتنا، للمبحوث نرى بأنه فعلا قد تأخر - مقارنة بأقرانه- في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكان سبب ولوجه إلى استخدام الفايسبوك هو إعلانات التوظيف التي كان ينشرها مستخدمو الموقع في تلك الفترة، فقد ساهمت تلك الاعلانات في اطلاعه على مختلف الاعلانات الخاصة بالتوظيف وهو ما ساعده على إلتحاقه بمنصب كأستاذ للتربية البدنية والرياضية، وفي السياق ذاته فقد ساعده الفايسبوك في توطيد علاقة اجتماعية تعارفية انتهت بالزواج، ونلاحظ أن الصورة السلبية التي كان يحملها المبحوث عن الموقع قد تغيرت لديه لتتبدل إلى صورة إيجابية لديه، كما أن المبحوث بحكم تخصصه الرياضي فإنه يعمل على نشر كل المواضيع التي لها علاقة بالرياضة إضافة إلى المواضيع الدينية الحاضرة في صفحته.

المبحوث الرابع عشر:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 26 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، كشف لنا بأنه يملك حسابا في موقعي الفاييسوك، واليوتوب، بالإضافة إلى اشتراكه في تطبيقي الفاير والانستغرام، مستخدما إياهم على النحو الترتيبي التالي: الفاييسوك، الانستغرام، اليوتوب، والفاير، وقد بدأ المبحوث استخدام هذه المواقع منذ عام 2014، مستخدما إياهم في كل الأوقات التي تسمح له فرصة الاستخدام بذلك، والمبحوث يستخدم هذه المواقع بمعدل من 3-6 ساعات يوميا، وهي نسبة معتبرة إذا ما راعينا ظروف الدراسة والتزامات البيت التي يقوم بها، موضحا في ذات المجال أن الوسيلة الأكثر استخداما للتشبيك الاجتماعي الافتراضي هي الهاتف النقال، بحكم خصائصه التي فصلناها في تعليقنا على إجابات المبحوثين، وتعتبر كل الأماكن التي تتاح فيها الظروف الاستخداماتية مناسبة للمبحوث لولوج هذه المواقع، وقد كشف المبحوث بأنه يملك أكثر من حساب على مستوى موقع الفاييسوك، فهو يملك حسابا باسمه الخاص، وحساب آخر باسم بنت، وهذا الأخير بدافع التسلية والترفيه وبناء علاقات مع الجنس الآخر، وعن دوافع استخدامه لهذه المواقع، وضح بأن الدافع الأساسي هو ربط علاقات مع الأصدقاء، وكذلك التعرف على الجنس الآخر بأي وسيلة، ومحاولة بناء علاقات اجتماعية، حيث يرى نفسه بأنه أصبح قادرا على الزواج، وعن المواضيع التي يهتم بها، تأتي المواضيع الرياضية في مقدمة اهتماماته، لتليها المواضيع الدينية بعد ذلك، مهتما بها (نشرا، ومشاركة، وتعليقا، وإعجابا)، وقد بين المبحوث بأنه عضو في مجموعات عديدة أهمها مجموعات مناصرة بعض فرق كرة القدم المحلية، بالإضافة إلى المجموعات الإخبارية.

ومن خلال ملاحظتنا، يعتبر هذا المبحوث مثلا للعزلة الاجتماعية التي كان سببها الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي، فالمبحوث قبل استخدامه لهذه المواقع كان دائم الخروج من المنزل، متفاعلا ضمن دائرة الأصدقاء وأصحاب الحي والجامعة، إلا أنه بعد استخدامه لهذه المواقع أصبح يلتزم البيت بدرجة ملحوظة ولا يخرج منه إلا لحاجة معينة، مستغلا جل وقته للإبحار في هذه المواقع، مستغلا ذلك في بناء علاقات عاطفية وهمية تنتهي في الكثير من الأحيان بالفشل، وهذا ما يفسر استخدامه المكثف للموقع، أما الانستغرام فكذلك نلاحظ حضوره المتواصل والذي يحرص فيه على متابعة صور الفتيات، وللإشارة فإن المبحوث ملتزم دينيا (الصلاة، الأخلاق...)، لكنه يجد في

الفضاء الأزرق متنفسا آخر لا يستطيع فيه كبح شهواته ونزواته، وحتى وإن شرعن استخدامه بحجة بحثه عن الزواج إلا أن علاقاته كلها لا تتعدى علاقات مراهقة متأخرة، وأخيرا فإن المبحوث في أغلب مواضيعه التي ينتجها للنقاش في بعض المحطات الاجتماعية، يكون مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي خاصة اليوتوب منها.

المبحوث الخامس عشر:

معلومات المبحوث:

الجنس: ذكر
السن: 25 سنة
المستوى التعليمي: ثانوي
الوظيفة: عامل
الحالة الاجتماعية: أعزب

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث فقد بين لنا بأنه يملك حسابا في موقع الفايسبوك فقط، دون إشتراك في موقع أو تطبيق آخر، وقد بدأ المبحوث النشاط في هذا الموقع منذ سنة 2013، مستخدما إياه في كل الأوقات التي تسمح له الفرصة بذلك، بمعدل استخدام من 6 - 9 ساعات يوميا، عبر الهاتف النقال بدرجة أكبر من الوسائط الأخرى، والمبحوث يجذب استخدام هذا الموقع أكثر في مكان العمل والمنزل، حيث أن المبحوث يعمل كمدرّب لرياضة كمال الأجسام (صاحب قاعة رياضية)، وبالتالي يقضي وقتا كبيرا في عمله (من 9 صباحا إلى 22 ليلا)، كما أنه لا يتوقف عن الاستخدام في حالة رجوعه إلى البيت، وإنما يواصل ذلك، إلى وقت متأخر من الليل، وقد وضع المبحوث بأنه لا يملك أي حساب آخر في ذات الموقع غير حسابه الذي يحمل اسمه الشخصي صراحة، وعن دوافع استخدامه لهذا الموقع فقد كشف لنا بأنه يستخدمها بغرض بناء علاقات جديدة والتواصل مع الأصدقاء، وكذلك التواصل مع الجنس الآخر، بالإضافة إلى الاطلاع على كل ما هو جديد كما انه يعتبره أحد مصادر التعلم من خلال السماع للعديد من الدروس الدينية، وقراءة الأوراد، وهذا يسوقنا للحديث عن المواضيع التي يهتم بها المبحوث وهي المواضيع الدينية بالدرجة الأولى، إضافة إلى المواضيع الداعية إلى التمرد عن الوضع القائم والاستهزاء به، وبدرجة مماثلة الاهتمام بالمواضيع الرياضية (خاصة تدريبات كمال الأجسام)، ونصائح التغذية السليمة، ويهتم بهذه المواضيع نشرا ومشاركة وتعليقا وإعجابا، وفي إجابته عن انضمامه لمجموعات نشطة في هذا الموقع، أكد بأنه عضو نشط وفعال في العديد من المجموعات الرياضية، الدينية، الثقافية، البيع والشراء...، كما أنه يقوم في الكثير من الأحيان بالنشر فيها، وفي نفس الوقت تعتبر مصدرا لمنشوراته التي ينشرها عبر صفحته.

ومن خلال ملاحظتنا، نجد أن المبحوث خاصة مع إمكانية الاتصال بالانترنت بشكل دائم عن طريق الهاتف (3G-4G)، فقد أصبح يستخدم الفايسبوك أكثر من الفترة المصرح بها من طرفه، ودليل ذلك أنه حتى في المواقف

الاجتماعية التفاعلية، نجده مستغرقا في استخدام هذا الموقع والإبحار في محتوياته المنشورة أو التفاعلية، وقد كشف المبحوث أنه يستخدم هذا الموقع بغرض التعرف على الجنس الآخر، وللإشارة في هذا المجال أنه وفي وقت إجراء الدراسة حصل للمبحوث مشكلة قانونية كان سببها استخدام موقع الفيسبوك في بناء علاقة مع الجنس الآخر، حيث انه تعرف على فتاة قاصر عبر الفيسبوك وكانت له دردشة متواصلة معها، إلا أنه في يوم ما تفاجئ بحضور الشرطة إليه بدعوى أن القاصر كانت هاربة من منزلها وقد صرحت بأنها كانت معه، لتأخذ القضية منعرجا خطيرا كادت تؤدي بمستقبل المبحوث لولا لطف الله تعالى، وبوجه آخر فإن المبحوث معروف عليه التزامه الديني داخل السياق الاجتماعي، وهو ما ينعكس في منشوراته التي تدخل في ذات السياق غالبا، كما أن المبحوث نشط عبر صفحته من خلال المواظبة على تحديث صفحته بمختلف المنشورات، وكذلك التفاعل الدائم مع ما ينشره أصدقاؤه.

المبحوث السادس عشر:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 25 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث بين لنا بأنه يملك حسابا في موقع الفيسبوك، واشتركا في تطبيق الانستغرام، مستخدما إياها بكثافة تراتبية على النحو السابق الذكر، وكان المبحوث قد بدأ استخدام موقع الفيسبوك منذ اواخر سنة 2013، ليستخدم تطبيق الفاير مع نهاية عام 2016، وقد وضح المبحوث بأنه يستخدم هذه المواقع في كل الأوقات التي تسمح له الفرصة بذلك، إلا أنه في الغالب يستخدمها في الفترة المسائية والليلية، ومعدل استخدام المبحوث لهذه المواقع من 3 - 6 ساعات يوميا، مستخدما في ذلك الهاتف النقال ، كوسيط استخداماتي لولوج هذه المواقع، وقد وضح المبحوث بأن المكان المفضل لديه لاستخدام هذه المواقع، هو اي مكان تتوفر فيه الظروف الاتصالية المناسبة للاستخدام، وقد كشف المبحوث بانه لا يملك أي حساب مزدوج عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مكثفيا بحساب واحد فقط، وقد برر ذلك بأنه يعتبر نوعا من التعدد الهوياتي الذي يُصعب على أصدقائه الحصول إليه بسهولة، وعن المواضيع التي يهتم بها فقد وضح بأنه يهتم بالمواضيع المتعلقة بدراسته أولا، ثم المواضيع الترفيهية والتسلوية مهتما بها مشاركة وإعجابا وتعليقا، أما النشر فهو يكون بين الفينة والأخرى، والمبحوث في ذات السياق نشط ضمن العديد من المجموعات والصفحات خاصة المحلية منها، بغرض التعرف على كل الأخبار المحلية وتبيان وجهة نظره في القضايا التي تقترب منه.

من خلال ملاحظتنا، فإن المبحوث يستخدم الانستغرام بدرجة ملفتة للانتباه أكثر من المبحوثين السابقين، ويعمل في كل مرة على نشر صورته وتفاصيل حياته اليومية عبر ذلك، كما أن المبحوث في فترة الدراسة أغلق حسابه الفايسبوكي لمرتين لمدة تزيد عن الشهرين، وذلك بسبب خلافاته مع أصدقائه والتي انعكست في علاقاته بهم عبر هذه المواقع، كما أن المبحوث قليل النشر في موقع الفايسبوك، إلا أنه يتفاعل بدرجة كبيرة مع منشورات الأصدقاء، أو غير الأصدقاء في المجموعات التي يشترك فيها، وأخيرا فإن المبحوث دائم الحضور عبر هذا الموقع.

المبحوث السابع عشر:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 26 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، فقد وضح لنا بأنه يملك حسابا في موقع الفايسبوك، والتويتتر، واليوتوب، وكذلك اشتراكا في تطبيقات الفايبر، والانستغرام، والسكايب، أما ترتيب هذه الشبكات من حيث كثافة استخدامها على النحو التالي: الفايسبوك، الانستغرام، اليوتوب، التويتتر، الفايبر، والسكايب، وكان المبحوث قد بدأ الاستخدام منذ سنة 2013، مستخدما إياها في كل الأوقات التي يستطيع فيها ذلك، خاصة في الفترة المسائية أو الليلية، بمعدل استخدام من 3 - 6 ساعات يوميا، وقد كشف المبحوث أنه يجذب استخدام هذه المواقع من خلال جهاز الحاسوب ومع امتلاكه لجهاز هاتف نقال يسمح له بذلك، وسبب ذلك هو المبحوث يستخدم البرامج الخاصة بالمونتاج والتصوير وتركيب المواد الفيلمية المصورة، وبالتالي يحاول أن يفتح نوافذ برامجه بالتوازي مع فتح حساباته في هذه المواقع، وهو الأمر الذي يمكن أن يتوفر بكل أرجحية على مستوى الحاسوب، وعليه فالمكان المحبذ لديه في الاستخدام هو المنزل، وهذا لا يمنع إطلاقا استخدامه المتعدد الأمكنة إذا توفرت الظروف المناسبة لذلك، والمبحوث قد نفى امتلاكه لأي حساب مزدوج في ذات الموقع، وهذا يرجع في اعتقاده لعدم امتلاكه الوقت أصلا للتسلية بالناس، فتعدد الحسابات في نظره هو من باب التسلية بالناس والاستهزاء بهم، وتعدد دوافع استخدام المبحوث لهذه المواقع من التواصل مع الأصدقاء والاطلاع على كل ما هو جديد في عالم التصوير خاصة، وصولا إلى التسلية والترفيه، ومتابعة الأخبار الرياضية والمحلية، مهتما بها بكل أشكال الاهتمام (نشرا، ومشاركة، وتعليقا، وإعجابا)، وأخيرا فقد وضح المبحوث بأنه عضو نشط في العديد من المجموعات خاصة تلك التي تهتم بميولاته نحو استخدام برامج التصوير، وتركيب الفيديوهات.

ومن خلال ملاحظتنا، نجد أن المبحوث في غير أوقات الدراسة، كثير المكوث في البيت وسبب ذلك في اعتقادنا يرجع إلى استخدامه لجهاز الحاسوب بدرجة كبيرة من خلال استعمال البرامج السابقة الذكر، وهذا لم يمنعه إطلاقاً من إزدواجية الاستخدام بها ومع المواقع الاجتماعية، كما أن القناة اليوتوبية للمبحوث نشطة من خلال عرض إنتاجاته وابداعاته، والجديد في الأمر أن المبحوث يستخدم - مقارنة ببقية المبحوثين - التويتر، حيث أنه يعتبر أن الفايسبوك أصبح أمراً عادياً ومستهلكاً لدى جميع المستخدمين - دون أن يستغني عنه - ، أما تفاعلات المبحوث في هذه المواقع فهي قليلة نوعاً ما مقارنة بوقت استخدامه لهذه المواقع، فوقت الفعالية ينقص لأنه يستغل في استخدام برامج أخرى، أما في جانب التفاعلات الاجتماعية فالمبحوث قد قلت تفاعلاته داخل السياق الاجتماعي، لارتباطه بعالم التكنولوجيا الرقمية.

المبحوث الثامن عشر:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 30 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: بطال

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث فقد كشف لنا بأنه يملك إشتراكاً في تطبيق الفايبر فقط، دون امتلاكه لأي حساب في أي موقع من مواقع التواصل الاجتماعي في وقت إجراء الدراسة، وقد وضح بأنه استخدم الفايبر لمدة 03 أشهر منذ عام 2013، ليقوم بإغلاقه نهائياً والاكتفاء بالفايبر فقط، وسبب ذلك يرجع إلى أن الفايبر مضيعة للوقت حتى وإن كان بطالاً إلا أنه يعمل بطريقة غير منتظمة عند الخواص، وحفاظه على استخدام الفايبر بطريقة منتظمة هو لاستغلاله في التواصل مع إخوانه في فرنسا والذي عبر لنا بان والدته تستغله أكثر منه للمحادثات العائلية، وذلك في كل الأوقات التي يتاح فيها الاستخدام على حسب ظروف المبحوث وظروف المرسل (إخوته في الخارج)، بمعدل استخداماتي من 1 - 3 ساعات يومياً، عبر الهاتف النقال، أما عن الأماكن المفضلة لديه للاستخدام فهي المنزل أو مقاهي الانترنت في بعض الأحيان، وقد نفى المبحوث امتلاكه لحسابين على مستوى الفايبر بل يملك حساباً واحداً، وعن دوافع استخدامه للفايبر، بالإضافة إلى التواصل مع إخوته، فإنه يستغله كذلك للتواصل مع جماعات الأصدقاء، ولا يقوم بالاهتمام بأي موضوع محدد عبر هذه الشبكات، ولا ينشط ضمن مجموعات محددة لأن الفايبر لا يتيح هذه الخاصية عكس المواقع الاجتماعية الأخرى.

ومن خلال ملاحظتنا، فإن المبحوث ملتزم دينيا (إمام متطوع ومعلم قرآن)، وما زال ينظر إلى هذه المواقع بأنها سلبية ومضیعة للوقت وعدم استخدامها أحسن بكثير من استخدامها، ويعتقد أنه إذا كان الغرض من هذه المواقع التواصل، فالفايبر كفيلا بذلك، من خلال مجانية الاتصال الهاتفي، ونلاحظ أن المبحوث في عدم إيلائه أهمية لهذه المواقع، قد انعكس عليه الأمر سلبيًا في الكثير من الأحيان، كعدم مواكبته للتطورات الحاصلة والأخبار التي تهمة، وهو ما لمسناه في العديد من المخططات التفاعلية معه، كما أن المبحوث يعتبر عدم استخدام هذه المواقع مبدأ لا يمكن التنازل عنه إلى غاية وقت إجراء الدراسة، فيمكن أن تتغير وجهة نظره، وكنا نلاحظ بأن المبحوث لا يزال يحافظ على حركته التفاعلية الاجتماعية التي عهدناه بها، ولا يراعي أي اهتمام للوصف الذي يطلقه عليه أقرانه بأنه إنسان غير تقني وذمه لعدم استخدام هذه المواقع، مقتنعا برأيه، مكثفيا باستخدام الفايبر كوسيلة للتواصل الاجتماعي.

المبحوث التاسع عشر:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: ثانوي

السن: 23 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: بطال

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث أكد لنا بأنه يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي التالية: الفايبر، التويت، اليوتوب، وتطبيق: الانستغرام، أما عن المواقع التي ينشط فيها بكثرة فقد بين بأنها على النحو الترتي التالي: الفايبر، اليوتوب، التويت، والانستغرام، وكان قد بدأ الاستخدام منذ سنة 2013، معبرا في ذات السياق أنه يستخدم هذه المواقع في كل الأوقات نظرا للفرغ الذي يعيشه وعدم ارتباطه بمهام وظيفية محددة أو دراسية خاصة بعد انقطاعه عن الدراسة وخروجه إلى عالم الشغل، حيث يبلغ معدل استخدامه لهذه المواقع من 03 - 06 ساعات يوميا، وهي نسبة معتبرة ومفسرة للاستغراق الزمني الذي يقضيه هذا المبحوث في هذه المواقع، وذلك من خلال استغلال الهاتف النقال كوسيلة للإبحار في هذه المواقع، وفي ذات السياق فقد أكد لنا المبحوث بأنه لا يملك حسابا ثانيا في نفس الموقع واعتبره نوعا من تعدد الهويات وهو أمر غير محبذ بالنسبة له ذاما لكل من يملك هذا التعدد الهوياتي معتبرا إياه نوعا من اللامصداقية، وعن دوافع استخدامه لهذه المواقع، فقد تمثلت في التعارف أولا وإبراز مواهبه ثانيا، كما أنه يهتم بمواضيع الشغل والتوظيف باحثا عن أي فرصة عمل تتلاءم مع مؤهلاته، وهو يهتم بهذه المواضيع من خلال نشرها ومشاركة المنشورات التي ينشرها أصدقاؤه، ليبين لنا أخيرا بأنه ينشط ضمن مجموعات افتراضية في الفايبر.

ومن خلال ملاحظتنا، بغض النظر على الاستخدام المكثف لموقع الفاييسبوك، فإن المبحوث نشط بدرجة تثير الانتباه في تطبيق الانستغرام، وهذا ما يتلاءم مع دافعه المتعلق بإبراز ذاته، كما أن نشاطه غير ملحوظ عبر موقع التويتتر، ومن خلال تفاعلاتنا اليومية مع المبحوث، نلاحظ بأنه حينما كان لا يملك هاتفا نقالا كان أكثر تفاعلا وحضورا في الجانب الاجتماعي، إلا أنه كان يخصص وقتا من تلك التفاعلات اليومية للذهاب إلى مقاهي الانترنت بغية استخدام هذه المواقع أو في كل فرصة يتاح له فيها ذلك، لكن عندما امتلك الهاتف النقال قلت تفاعلاته بنسبة ملحوظة وأصبح استخدامه لهذه المواقع موازيا لتفاعلاته اليومية، وحقيقة أن المبحوث يبحث على كل منافذ الشهرة وإبراز ذاته من خلال المواضيع التي ينشرها عبر مختلف المواقع التي يستخدمها، كما يحاول في كل مرة نشر حالاته النفسية والشعورية، وهذا في اعتقادنا نتيجة الضغوط الاجتماعية التي يعيشها المبحوث (الفقر، البطالة..).

المبحوث العشرون:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: ثانوي

السن: 18 سنة

الجنس: أنثى

الحالة الاجتماعية: عزباء

الوظيفة: طالبة

من خلال مقابلتنا، مع المبحوثة بينت لنا بأنها تملك حسابا على مستوى موقع الفاييسبوك، واشتركا في تطبيق الانستغرام، مستخدمة إياهم على نحو تراتبي يتوافق مع طريقة ذكرهم سابقا، وقد بدأت المبحوثة استخدام هذه المواقع منذ سنة 2015، إلا أنها أغلقت حسابها وقامت بفتح حساب آخر على مستوى الفاييسبوك لأكثر من 03 مرات نتيجة فشلها في الارتباط عاطفيا، وتستخدم المبحوثة هذه المواقع في الفترة المسائية والليلية أثناء فترة الدراسة، بينما في أيام العطل تستخدمها في كل الأوقات التي تتوفر فيها الظروف الاتصالية، بمعدل استخدام من 1 - 3 ساعات يوميا، مستخدمة في ذلك الهاتف النقال، وقد صرحت المبحوثة في ذات السياق أن معدل استخدامها زاد بعد امتلاكها للهاتف النقال، بينما حينما كانت تستخدم هذه المواقع عبر الحاسوب، كان معدل استخدامها لا يتجاوز ساعة يوميا، لأن وقت جلوسها على حاسوب الأسرة محدود، وهو مكان يتنافس عليه إخوتها حسبما صرحت به، أما عن المكان المفضل لذلك فإنها في بداية الأمر كانت تفضل المنزل، إلا أنه نتيجة الضغوط الأسرية والضوابط التي تمنع ذلك (فوالدتها تعتبر استخدام هذه المواقع نوعا من إهدار الوقت)، جعلها تتجه إلى استخدام هذه المواقع في أماكن الدراسة (الثانوية)، والمبحوثة بينت أنها لا تملك غير حسابها وتعمل على الحفاظ عليه، كما تسعى جاهدة لعدم الكشف عن هويتها الحقيقية في هذا الحساب، وعن دوافع استخدامها لهذه المواقع فقد بينت بأن بناء علاقات

جديدة والتواصل مع الأصدقاء هو أولوية بالنسبة لها ضمن الاستخدام، بالإضافة إلى الاطلاع على الأخبار الجديدة والمحيط بها في المجتمع المحلي، وأخبار الفنانين والمودا وعروض الأزياء وتسريحات الشعر...، وتهتم بهذه المواضيع نشرًا ومشاركة وتعليقًا وإعجابًا، كما أنها تنشط ضمن العديد من المجموعات وتقوم بالتفاعل مع ما يُنشر فيها، وتعتبرها مصدرًا لمنشوراتها في العديد من الأحيان

ومن خلال ملاحظتنا، للمبحوثة نجد أنها تستخدم هذه المواقع، بهوية مخفية تحت اسم آخر، وسبب ذلك في اعتقادنا لطبيعة المحتويات المنشورة في حسابها، فهي تقوم بنشر أمور غير أخلاقية في الكثير من الأحيان، الأمر الذي يدفعها للتخفي وراء هويات أخرى، ضمن هذا العالم المفتوح، الذي يمكن أن تتلاقى فيه على الأقل بأحد أفراد أسرتها، بالإضافة إلى ذلك أن غلق حساباتها المتكرر كان سببه رسائل التحذير التي كانت تتلقاها من بعض الشباب (الذكور)، بعدما فشلوا في تحقيق علاقة ارتباطية بها، وللإشارة فإن المبحوثة كانت في بعض الأحيان طرق لباسها، وتسريحات شعرها مصدرها هذه المواقع، ويُلاحظ كذلك أن المبحوثة نشطة عبر الانستغرام من خلال نشر العديد من الصور (سواء جزء من صورها الخاصة، أو صور تُعجب بهم)، أما أمور الدراسة فلا نجد لها اهتمامًا مقارنة بما سبق إلا ما ندر ذلك.

المبحوث الواحد والعشرون:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: ثانوي

السن: 22 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: بطال

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث وضح لنا بأنه يملك حسابًا في موقع الفايسبوك، وفي تطبيق الانستغرام مستخدمًا إياهم على نحو ترتيبي، وكان قد بدأ الاستخدام منذ سنة 2014، والمبحوث بين بأنه ينشط في هذه المواقع أثناء الفترة المسائية والليلية باعتباره عاطلًا عن العمل ليصبح استخدام هذه المواقع هو نشاط ملء فراغه اليومي بمعدل استخدام من 6-9 ساعات يوميًا، حيث السهر الطويل في الليل يجعله لا يستيقظ صباحًا حسب رأيه، ويستخدم المبحوث الهاتف النقال كوسيط للاستخدام الأمر الذي سمح له بالاستخدام في كل الأماكن التي يريد فيها ذلك، وقد أكد المبحوث بأنه يملك أكثر من حساب في موقع الفايسبوك يحمل اسم (بنت) حتى يسهل معرفته بالطرف الآخر، وكذلك من باب التسلية والترفيه من خلال التلاعب بأصدقاءه، وقد بين المبحوث صراحة أن دافع التعرف على الجنس الآخر هو من دفعه إلى استخدام هذا الموقع بهذه الكثافة، كما أن اهتماماته تنحصر أصلاً في المضامين

الترفيهية وليست الجادة منها، وكذلك المواضيع الناقمة على الوضع القائم بالإضافة إلى الموسيقى ونشر كل جديد فيها، وعن المجموعات التي يشارك فيها وضح بأنه يشارك في المجموعات التي تقترب منه على المستوى المحلي أو الوطني، أو المجموعات التي تهتم بنشر المواضيع العاطفية.

ومن خلال ملاحظتنا للمبحوث لا بد وأن نوضح أنه لم يفلح في نجاح شهادة البكالوريا بعد إعادتها لمدة ثلاث سنوات، الأمر الذي أدخله مرحلة اليأس، وهاجس المستقبل الذي أصبح يؤرق حياته اليومية، بالإضافة إلى أنه شارك في العديد من المسابقات التي تتوافق ومؤهلاته إلا أنه لم ينجح مرة أخرى، الأمر الذي جعل في اعتقادنا شبكات التواصل الاجتماعي وبالضبط الفايسبوك أن يأخذ حيزا معتبرا من حياة هذا المبحوث، ودليل ذلك أن هذه المواقع جعلت المبحوث إنسانا خاملا يسير عكس الزمن المبرمج للحياة اليومية فليله نهار ونهاره ليل، نتيجة سهره الدائم مما نتج عنه عواقب اجتماعية ونفسية وصحية عديدة، كما أن المبحوث تزايد وقت فراغه جعله يستسلم لنزواته لنفسه من خلال دخوله في العديد من العلاقات الغير شرعية معتمدا على الفايسبوك، وللإشارة أنه حتى وإن صرح المبحوث بأن معظم منشوراته تتعلق بالمضامين الترفيهية، إلا أن غالبها يتعلق بالمضامين التي تستهزئ بالوضع القائم ورافضة لكل ما هو سياسي حكومي أو قرارات من طرف الدولة.

المبحوث الثاني والعشرون:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 22 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، مع المبحوث كشف لنا بأنه يملك حسابات في المواقع الاجتماعية التالية: الفايسبوك، والتويتتر، واليوتوب، والمدونات الالكترونية، أما التطبيقات فهي الفاير، والانستغرام، ومن حيث الاستخدام المكثف لهذه المواقع فقد كشف عنها ترتيبا: الفايسبوك، اليوتوب، المدونات الالكترونية، الانستغرام، الفاير، والتويتتر، وكان المبحوث قد بدأ استخدام هذه المواقع منذ سنة 2014، مستخدما إياها في كل الأوقات التي تتاح فيها فرصة الاستخدام، بمعدل استخدام من 1 إلى 3 ساعات يوميا، وهذا يرجع إلى استخدامه للحاسوب كوسيط لاستخدام هذه المواقع بحسب ما أقره المبحوث، وبين المبحوث في سياق إجاباته على أسئلة المقابلة بأنه يملك أكثر من حساب خاصة على موقع الفايسبوك، ولكن سبب ذلك يختلف عن الأسباب المتشابهة التي أقر بها المبحوثون السابقون، فهذا المبحوث يرجع سبب ذلك إلى خوفه من القرصنة، لتوضع الحسابات الأخرى كبديل احتياطية، وبين المبحوث دوافع

استخدامه لهذه المواقع في معرفة الجديد من أخبار التقنيات وتكنولوجيات الاعلام والاتصال، وكذلك كل أمر مستحدث يتعلق بالابداع والتصميم الفوتوغرافي والبرامج الحاسوبية، والمبحوث يولي اهتمامه بهذه المواضيع بكل أشكال الاهتمام من نشر ومشاركة وتعليق وإعجاب، ليرز في الأخير أنه مشارك فعال ضمن مجموعات مهتمة بأخبار التكنولوجيا، بل هو يدير أحد هذه المجموعات التي تستقطب أكثر من 2968 عضوا، وهي مجموعة تهتم بكل إبداعات الشباب في مجال تصميم المواقع، والبرامج الحاسوبية.

ومن خلال ملاحظتنا، نرى بأن المبحوث يملك حسابات شخصية في عدة مواقع خاصة نشاطه في قناته اليوتوبية، وكذلك نشاطه على مدونته الالكترونية، هذه الأخيرة التي تعتبر أمرا يقل عند المبحوثين لحد الساعة في الحضور الاستخداتي، وسبب ذلك يرجع إلى أن المبحوث لديه شغف كبير بالتقنية وهذا دافع شخصي، اما الدافع الموضوعي هو تخصصه الدراسي في الاعلام الآلي، الأمر الذي دفعه إلى تكوين تراكم تقني استخداماتي ويدفعه إلى التجريب، وفي اعتقادنا أن الدافعين لهما تأثير على كل إجابات المبحوث اللاحقة كما سنراه في هذا التحليل، فالمبحوث يستخدم الحاسوب في الفترة الصباحية والفترة الليلية وهما فترة الدراسة (خاصة المقاييس التطبيقية)، والفترة الليلية في المنزل، وهذا ما يفسر الحجم الساعي المعقول للاستخدام، عكس بقية المبحوثين، وكذلك اعتماده على الحاسوب يرجع لعدم امتلاكه لهاتف نقال يسمح له باستخدام الانترنت، الأمر الذي جعل الوقت محمدا في نشاطه عبر هذه الشبكات، والمبحوث يحاول في كل مرة نجده في الفايسبوك مثلا، أن نجد له حسابين مفتوحين باسمه - مع تغييرات طفيفة- وهذا ما يظهر أن سبب ذلك هو مواجهة القرصنة وليس دافعا آخر، وللإشارة فإن قناته اليوتوبية أو مضامينه التي يقوم بنشرها كلها تتعلق تقريبا بابداعاته الخاصة في مجال التصميم باستعمال البرامج الحاسوبية، وتلقى رواجا بين المتابعين وهو في اعتقادنا ينبىء على أن المعرفة التقنية للاستخدام أحد العوامل الأساسية لبناء عادات وأنماط الاستخدام التأثيرية.

المبحوث الثالث وعشرون:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 25 سنة

الجنس: أنثى

الحالة الاجتماعية: عزباء

الوظيفة: موظفة

من خلال مقابلتنا، مع المبحوثة بينت بأنها تملك حسابا في موقع الفايسبوك، واشتركا في تطبيق الفاير، أما عن الاستخدام المكثف لكلاهما فإنها أكدت بان الفاير هو الوسيلة المحبذة إليها، حيث أنها تتلقى العديد من طلبات

الصدافة في الفاييسبوك (خاصة وأنها تسمى نفسها باسم أنثى وتستعمل صورا جذابة لذلك)، الأمر الذي يجعلها معرضة دائما للمعاكسات خاصة من طرف بعض الذكور الذين يسمون أسماءهم بأسماء انثى، وقد بدأت المبحوثة النشاط في هذه المواقع عام 2015، ويرجع سبب ذلك إلى جهلها بالأمور التقنية نوعا ما، وكذلك لعدم امتلاكها لهاتف نقال في تلك الفترة يسمح لها بذلك، وقد وضحت المبحوثة بأنها تستخدم هذه المواقع في كل الأوقات، ومعدل استخدامها لهذه المواقع كان ما بين 3-6 ساعات يوميا، أغلبها في الفترة الليلية بالمنزل، بالإضافة إلى استخدامها في بعض الأحيان في مكان العمل، مستخدمة الحاسوب في بداية الأمر، لكنها استغنت عنه لاحقا لتعوضه بالهاتف النقال، ولقد نفت المبحوثة في أنها تملك حسابا آخر عبر هذه المواقع غير حسابها الرسمي، مؤكدة في ذات السياق أنها أغلقت وفتحت أكثر من 03 حسابات في موقع الفاييسبوك، المرة الأولى بسبب حفظ أمني من إدارة الموقع، والثانية والثالثة بعد التعرض للعديد من المعاكسات من طرف الذكور، وتهتم المبحوثة بالمواضيع الدينية، وكل ما له علاقة بالصناعة اليدوية والطبخ، بكل الطرق التفاعلية (النشر والمشاركة والتعليق والاعجاب)، وهي نشطة ضمن العديد من المجموعات الافتراضية، وتهتم بكل ما له علاقة بالتدريس (فهي أستاذة تعليم ثانوي) والعمل التربوي، بالإضافة إلى مجموعات أخرى.

ومن خلال ملاحظتنا، نرى بأنها تستخدم الفايير بصفة أكثر من الفاييسبوك، ولقد كنا ملاحظين للمبحوثة منذ بداية استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي، فبعد فقد المصدقية في الفاييسبوك اتجهت إلى استخدام الفايير باعتباره أكثر أمانا من الفاييسبوك، أما معدل استخدامها لهذه المواقع فبالنسبة إليها كعامله يعتبر رقما مهما، فهي لم تمتنع عن الاستخدام حتى في أوقات العمل، والمبحوثة تهتم بالمواضيع الدينية نظير التربية الأخلاقية التي تتمتع بها وجو الأسرة المحافظ، بالإضافة إلى اهتمامها المنزلية (الاهتمام بالطبخ...)، وهذا أمر عادي بالنسبة لفتاة في مثل عمرها. كما أن المبحوثة اهتمامها ببعض المجموعات تسمح لها في أن تنجز العديد من الدروس وحتى الامتحانات منها، وجدير بالذكر أن المبحوثة تتميز بتفاعلها الاجتماعي داخل الأسرة إلى أنه يقل ليلا باعتباره الوقت المفضل لولوج هذه المواقع، كما أن استخدامها مؤخرا لموقع الفاييسبوك عاود مرة أخرى الحضور بقوة بعدما قل لحساب الفايير، ليكون الفاييسبوك لمعرفة كل جديد، بينما الفايير للدردشة.

المبحث الرابع وعشرون:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: ثانوي

السن: 21 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: بطال

من خلال مقابلتنا، أكد لنا المبحوث أنه يملك حسابا في موقع الفاييسوك فقط، وذلك منذ سنة 2014، وبالنسبة للأوقات المفضلة لديه لاستخدام هذا الموقع، فقد وضع بان كل وقت يستطيع فيه أن يلج هذا الموقع لا يتردد خاصة إذا توفر له جهاز الحاسوب، فالمبحوث لا يملك حاسوبا على مستوى المنزل ولاهاتفا نقالا للاتصال بالانترنت نظير ظروفه الاجتماعية، الأمر الذي دفعه إلى استخدام هذه المواقع ما بين 1 - 3 ساعات يوميا، من خلال ذهابه إلى مقهى الأنترنت، باعتباره مكان الاستخدام الوحيد الذي يمكنه من استخدام موقع الفاييسوك، وقد بين المبحوث بأنه لا يملك حسابا آخر غير حسابه الرسمي، بدعوى انه لا يوجد لديه وقت أصلا للنشاط عبر موقعين، وهو فقط يقوم بفتح حسابه من أجل التعرف على كل ما هو جديد في ما يحتاجه من معلومات، والمواضيع التي يهتم بها هي المواضيع التي تهدف إلى الضحك أو فيديوهات العجائب والغرائب، وهي اغلبها مضامين ترفيهية، وبالنسبة لشكل الاهتمام بهذه المواضيع، فقد بين بأنه يشارك ويعلق ويعجب بالمواضيع التي تهمة لكنه لا ينشرها بصفة خاصة، حيث أكد أن النشر يحتاج لمستوى معين، مبرزا أنه عضو في عدة مجموعات بغرض التعرف على كل جديد فيها.

ومن خلال ملاحظتنا، نجد ان المبحوث يملك حسابا واحدا في موقع الفاييسوك يحمل اسمه، وهو قليل الحضور في هذا الموقع لارتباطه بعمله (كباتع للمأكولات)، الأمر الذي لا يجعل له وقتا للاتصال بالانترنت، كما أن عدم امتلاكه للهاتف يجعله دائما في حاجة إلى الذهاب لمقاهي الانترنت حتى يستخدم الموقع، وقد بين المبحوث بأنه لا ينشر في غالب الأحيان على حسابه، وهو أمر صحيح فالمبحوث يتحاشى النشر، لكن يشارك بصفة دورية لكل المواضيع التي يهتم ويعجب بها، ولعل ذلك راجع في اعتقادنا إلى:

- هاجس الخوف الاجتماعي الذي يعيش فيه المبحوث (خاصة الأسرة)، والتقليل من قدراته (اجتماعيا) خاصة من طرف أقرانه، جعله يفقد الثقة في نفسه، وانعكس ذلك خوفا من الوقوع في الخطأ في كتابة المنشورات.

ومن جهة أخرى، فإن المنشورات التي يشاركها هي عبارة عن مواد فيلمية (فيديوهات)، واستخدامه بحساب واحد للموقع دليل على عدم وجود الوقت الكافي لديه للتسلية أو بناء العلاقات، ولكن لعلنا بالمبحوث فإنه إن توفر لديه الهاتف النقال أو وسيلة أخرى متصلة بالنت ومتلازمة الحضور معه، ستصبح فترة استخدامه لهذه المواقع يضاهي استخدام المبحوثين السابقين، ودليل ذلك، أنه حتى وان لم يمتلك أي وسيلة للاتصال بالانترنت، إلا أنه يواظب على الذهاب لمقاهي الانترنت بشكل يومي.

المبحوث الخامس والعشرون:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 30 سنة

الجنس: أنثى

الحالة الاجتماعية: متزوجة

الوظيفة: بطالة

من خلال مقابلتنا، تبين بأن المبحوثة لها اشتراك في تطبيق الفاير فقط، وكانت سابقا مستخدمة لموقع الفايبروك إلى غاية زواجها قبل عام من اجراء الدراسة، وكانت قد بدأت الاستخدام سنة 2015، مستخدمة إياه - تطبيق الفاير- في كل الأوقات التي تسمح لها الفرصة بذلك، فالمبحوثة مأكثة بالبيت، وبعد القيام بأشغال المنزل تشغل وقت فراغها بالتواصل مع الآخرين (خاصة مع عائلتها) عبر الفاير، بمعدل استخدام من 1 - 3 ساعات يوميا، مستخدمة في ذلك الهاتف النقال كوسيط استخدامي لهذه المواقع، وبطبيعة مكوثها في البيت دائما، فإن مكان استخدامها للفاير هو المنزل في الغالب، مكثفة بحساب واحد فقط دون حساب مزدوج في ذلك، وعن دوافع استخدامها لهذا التطبيق بينت أنه بغرض التواصل مع الآخرين - دون حاجتها للتعرف - خاصة أسرته، وتبادل النقاشات معهم ومختلف الأخبار والتعليق على أهم الأحداث اليومية، هذه هي المواضيع التي تحضر بقوة في اتصالاتها عبر هذا التطبيق، ولعدم إتاحة هذا التطبيق خاصية الاندماج في المجموعات والنشاط فيها، فانعدمت إجابتها حول ذلك.

ومن خلال ملاحظتنا، نجد أن المبحوثة قبل زواجها كانت تستخدم موقع الفايبروك بدرجة كبيرة، ودائمة الحضور في ذلك، إلا أنه نزولا عند رغبة زوجها امتنعت عن استخدامه، واتفقا على استخدام الفاير فقط للتواصل مع أسرته وصديقاتها، وهكذا كان حال الاستخدام كما سبق تبيانها، إلا أن المبحوثة طبعها المكثف للاستخدام انتقل من الفايبروك إلى الفاير، فهي دائمة التواصل مع أفراد عائلتها (محادثة وصوتا وصورة)، ليتعدى ذلك إلى تبادل صور تفاصيل الحياة اليومية.

المبحوث السادس والعشرون:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 25 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، وضح لنا المبحوث بأنه يملك حسابا في المواقع الاجتماعية التالية: الفيسبوك، التويتر، اليوتوب، واشتركا في التطبيقات التالية: الفاير، والانستغرام، أما ترتيب ما سبق استخداماتيا فهو على النحو التالي: الفيسبوك، الانستغرام، اليوتوب، التويتر، الفاير، وكان المبحوث قد بدأ استخدام هذه المواقع سنة 2013، وبهذا فالمبحوث يستخدم الفيسبوك بدرجة أكبر، ويجعل له امتدادات عبر ما ينشره في الانستغرام والتويتر، كما أن قناته اليوتوبية التي يجمع فيها العديد من الفيديوهات المنتقاة، تلقى قبولا من طرف أصدقائه ولا تجد متابعين أو مشتركين في القناة حسب رأيه، وعن الأوقات المفضلة للمبحوث لاستخدام هذه المواقع فقد بين بأنه يستخدمها في كل الأوقات التي تتوفر فيها الظروف الاتصالية، بمعدل استخداماتي من 3 - 6 ساعات يوميا، والمبحوث يستخدم الهاتف النقال بدرجة أكبر، ليلي ذلك استخدامه للوحات الذكية وبعدها الحاسوب، بمعنى أن المبحوث لا يهتم الوسيط بقدر ما يهتم القدرة على الاستخدام، فكل وسيط يوفر له ذلك لا يتردد في الولوج عبره إلى النشاط الاستخداماتي لهذه المواقع، وهي نفس الإجابة فيما يتعلق بالمكان المفضل لديه للاستخدام، فكل الأماكن التي يستطيع فيها الاستخدام يباشر ذلك، حتى في أماكن الدراسة، والمبحوث من جهة أخرى يملك حسابين على موقع الفيسبوك، والغريب أنهما يحملان اسمه ويفتحهما في الكثير من الأحيان بنفس الوقت، وتفسير ذلك حسبه أن الفيسبوك الأول هو للأصدقاء الرسميين (العائلة...)، أما الثاني فهو لبقية الأصدقاء وخاصة الجنس الآخر، أما عن دوافع استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي، فقد أوضح بأنه يستخدمها بغرض التواصل مع الآخرين ومتابعة الأخبار المحلية، وعن المواضيع التي يهتم بها، فهو يهتم بالشعر والحكمة إضافة إلى الترفيه والتسلية والمواضيع الداعية للتمرد، والمواضيع الدينية، وتجدر الإشارة إلى أن المبحوث نشط ضمن العديد من المجموعات، ويقوم بالنشر فيها خاصة المجموعات المتواجدة فيها الفتيات بكثرة بغرض التعارف.

ومن خلال ملاحظتنا، نجد أن المبحوث لديه استغراق غير عادي في استخدامه لهذه المواقع، ففي الكثير من المحطات الاجتماعية التفاعلية التي كانت تجمعنا به ضمن مجموع أفراد آخرين، كنا نراه منعزلا في الاستخدام لهذه المواقع، بل وحتى كان يتهرب من ممارسة بعض الأنشطة الجماعية، لتخصيص وقته في عملية استخدام هذه المواقع، زد

على ذلك حضوره المتواصل عبر الفاييسبوك خاصة في الفترة الليلية لوقت جد متأخر من الليل، والمبحوث كذلك نشط في مجال نشر صورته الخاصة والمعبرة عن أحداثه اليومية عبر تطبيق الانستغرام، والمبحوث يهتم بالمواضيع الفنية والترفيهية وهذا مانراه في مختلف المواد اليوتوبية التي ينشرها على حسابه اليوتوبي، بالإضافة إلى ذلك فإن المبحوث نشط عبر صفحاته من خلال حرصه الدائم على التفاعل مع أصدقائه في هذه المواقع (الفايسبوك والانستغرام)، إلا أننا لا نلاحظ اهتمامه بالتويتير إلا نادرا في فترة إجراء الدراسة، ونرى بأن المبحوث قد نجح في بناء الكثير من العلاقات العاطفية التي كان سبب التعارف فيها هذه المواقع.

المبحوث السابع والعشرون:

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: ثانوي

السن: 19 سنة

الجنس: أنثى

الحالة الاجتماعية: عزباء

الوظيفة: طالبة

من خلال مقابلتنا، كشفت لنا المبحوثة بأنها تملك حسابا في موقع الفاييسبوك، واشتركا في تطبيقي الفاير والانستغرام، وكانت قد بدأت استخدام هذه المواقع منذ أواخر عام 2014، وسبب ذلك يعود إلى أن هذه السنة كانت المبحوثة قد تعرفت على أحد زملائها، وبغرض ربط علاقة معه كانت قد جربت فتح حساب في موقع الفاييسبوك أولا، لتتوجه نحو الاشتراك في التطبيقات الأخرى، وتستخدم المبحوثة هذه المواقع بمعدل من 3 - 6 ساعات يوميا، عبر الهاتف النقال واللوحات الذكية، مع أنها تفضل الحاسوب - لا تمتلكه - لأنه حسبها، وسيط يساعد على التخفي من ضوابط الأسرة، فهو في نظرها - اي الأسرة - جهاز للدراسة والتعليم على عكس الهاتف النقال، الذي يُنظر إليه على أنه وسيط لتضييع الوقت، وتستخدم المبحوثة هذه المواقع بشكل أكبر في المنزل، وتنفي في ذات السياق أنها تملك حسابا مزدوجا في هذه المواقع، مكتفية فقط بحسابها الشخصي والذي يحمل اسما مستعارا غير اسمها الحقيقي - وهذه حالة الاناث غالبا في هذه المواقع -، وعن دوافع استخدامها لهذه المواقع إضافة إلى الدافع العلائقي، فإنها كذلك تستخدمه بغرض الترفيه والتسلية ومتابعة أخبار الموضة، كما أنها تعمل على نشر جزء من صورها على مستوى الانستغرام للتعريف بها وإبراز ذاتها، وتهتم المبحوثة أكثر بالمواضيع الترفيهية والعاطفية، وهي تنخرط في سجال مجموعاتي في هذا الفضاء خاصة تلك المجموعات التي تهتم باللباس والأزياء، وكذلك بعض المجموعات العاطفية التي يتعارف فيها الشباب مع البنات، دون أن تذكر أي اهتمام بالجانب الدراسي.

ومن خلال ملاحظتنا، فالمبحوثة تخصص وقتا لاستخدام هذه المواقع، فمن المفروض أن وقتها مقارنة بسننها يكون في الغالب مقسما بين التزامات الدراسة والبيت والتفاعلات الاجتماعية داخل الأسرة، إلا أننا نلاحظ بأن تخصيص وقت كبير للاستخدام قد أثر على الوقت الزمني للاستخدام لكل ما سبق، بالإضافة إلى أن المبحوثة تتجنب في الغالب إضافة أي فرد من عائلتها (خاصة الذكور) ضمن قائمة الأصدقاء خاصة وأنها تحمل اسما مستعار مما يصعب معرفتها، كما أن المبحوثة تتبادل في الكثير من الأحيان صورها وتستخدم الرسائل الصوتية بكثرة في الدردشة مع أقرانها الإناث، وتعمل على نشر كل ما يتعلق بها من إنجازات (رسومات، طبخ...) في مختلف المجموعات التي تشارك فيها كنوع من إبراز ذاتها، داخل هذا الفضاء، وأخيرا تجدر الإشارة إلى أن المبحوثة مستواها الدراسي ضعيف جدا، ولعل استخدامها السليبي لهذه المواقع هو أحد أسباب ذلك.

المبحوث الثامن والعشرون :

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 25 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، فقد كشف لنا المبحوث بأنه يملك حسابا على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي التالية: الفيسبوك، والتويتر، بينما التطبيقات فلا يشترك فيها إطلاقا، والمبحوث يستخدم المواقع السابقة الذكر على نحو ترتيبي يتحكم فيه عامل كثافة الاستخدام، وقد بدأ المبحوث باستخدام هذه المواقع منذ سنة 2014، حيث كان هاجس ارتباطه بشبكة النت هو ما منعه من التأخر في استعمال هذه الشبكات بداية، حيث كان لا يملك حاسوبا ولا جهاز هاتف نقال يسمح له بذلك، ومع بداية السنة المذكورة أعلاه، وبعد ارتباطه بشبكة الانترنت المنزلية، قرر المبحوث أن يلج هذه المواقع، ليصبح استخدامه لها في كل الأوقات التي يستطيع أن يستخدمها في ذلك، بمعدل استخدام يومي من 3 - 6 ساعات يوميا، لكن يكثر استخدامه أكثر في الفترة المسائية والليلية، ليتحول استخدامه عبر وسيط جهاز الحاسوب، إلى كل الوسائط الأخرى التي تتيح إمكانية استخدام هذه المواقع سواء الهاتف النقال أو اللوحات الذكية، والمبحوث يفضل المنزل كمكان للاستخدام لاحتساؤه بالأمان والسرية والراحة والتركيز مع محتويات هذه المواقع هذا من جهة، ومن جهة أخرى ملئ الفراغ المنزلي الذي يعيشه المستخدم من جهة أخرى، والمبحوث لا يملك أي حساب مزدوج في أي موقع من مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها، مكتفيا بحساباته الأصلية على اعتبار أن دوافع استخدامه لهذه المواقع تكفي لتلبية رغباته، في بناء علاقات اجتماعية مع مختلف الأصدقاء والاطلاع على

كل ما هو جديد في الشأن المحلي والوطني، وعن المواضيع التي يهتم بها المبحوث فقد وضع بأن المواضيع الدينية والعمل على تذكير الأصدقاء بالواجبات الدينية، بالإضافة إلى اهتمامه بالترفيه والتسلية، مهتما بما مشاركة واعجابا وتعليقا ونشرا، فالمبحوث قليل النشر، مكتفيا فقط بالاطلاع على كل ما هو جديد، والاعجاب به، وفي بعض الأحيان التعليق، وفي أحيان أقل مشاركة، وفي حالات تكاد تحسب نشرا، وأخيرا المبحوث ينشط ضمن العديد من المجموعات الدينية والترفيهية، بغرض الاستفادة منها وتسلية نفسه، إلا ان نشاطه في هذه المجموعات بالكاد يكون إطلاعا واستفادة فقط، دون إحداث أي فعل اتجاه ما ينشر فيها.

ومن خلال ملاحظتنا، نلاحظ بأن المبحوث ينشط بنسبة أكبر على مستوى الفاييسبوك، أما حسابه على التويتير فلا نلاحظ له نشاط يذكر، وإنما قام بفتحه بغرض التحريب فوجد نفسه ينساق نحو استخدام الفاييسبوك أكثر، والمبحوث ملتزم بالنصيحة الاجتماعية، وهذا ما يعكس في اهتماماته بالمواضيع الدينية والأخلاقية، كما أن المبحوث يتعد في الكثير من الأحيان على بناء علاقات اجتماعية مع الجنس الآخر، ويحاول في كل مرة أن يقوم بتصنيف قائمة أصدقائه وفقا لدرجة احترام منشوراتهم للأخلاق والمبادئ العامة التي تحكم للمجتمع، وتجدر الإشارة بالتأكيد على ما صرح به فإنه فعلا قليل النشر والمشاركة، وإنما يكتفي بالاطلاع على كل ما هو جديد ضمن سياق اهتماماته، ويقضي وقته الآخر في الدردشة والتفاعل، وفي نفس السياق فالمبحوث قد استفاد من هذه المواقع بعدما سمحت له بمعرفة العديد من مسابقات التوظيف - مع عدم نجاحه فيها - ، وهو متابع للصفحات والمجموعات التي تهتم بذلك وهو ما لم يقيم بذكره.

المبحوث التاسع وعشرون :

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: ثانوي

السن: 19 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، فقد كشف لنا المبحوث بأنه يملك حسابا في موقع الفاييسبوك، واليوتوب، وكذلك اشتراكا في تطبيقي الفاير والانستغرام، مستخدما إياهم على نحو تراتبي بداية بالفايسبوك ثم الانستغرام وبعدها اليوتوب والفاير، وكان المبحوث قد بدأ استخدام هذه المواقع منذ سنة 2015، وهو ما يتناسب مع سنه، حيث بدأ مع موجة الاستخدام التي اجتاحتها الشباب من عمره، ويستخدم المبحوث هذه المواقع في الفترة المسائية والليلية، بحك أنه لا يستطيع ولوج عالم الانترنت في وقت الدراسة، حيث أن متوسط استخدامه لهذه المواقع من 1 - 3 ساعات يوميا،

ويستخدمها عبر الحاسوب بصفة كبيرة، لعدم امتلاكه لهاتف نقال يسمح له بذلك، وهو الأمر الذي يجعله يستخدم هذه المواقع غالبا في المنزل أو مقاهي الانترنت، وقد أكد المبحوث بأنه يملك أكثر من حساب لدرجة أنه نسي عددها، وكان كل ما يصادفه مشكل تقني أو اجتماعي علائقي يقوم بغلقه، وللمبحوث مجموعة من الدوافع لاستخدامه هذه المواقع لعل أبرزها تلبية حاجاته لمعرفة الجديد، وكذلك الترفيه والتسلية، وأخيرا ممارسة الألعاب الالكترونية، التي توفرها هذه المواقع، ويهتم بها نشرا ومشاركة وتعليقا وإعجابا، إلا أن النشر كما يصرح المبحوث يظهر أكثر في الانستغرام من خلال نشر صورته الخاصة، وبعض صور الذكريات التي تجمعها مع الأصدقاء، ويشارك المبحوث في العديد من المجموعات ولكنه لا يتفاعل مع الجديد فيها دائما، وإنما في الكثير من الأحيان لا يتوافق مع ما يتم نشره.

ومن خلال ملاحظتنا، للمبحوث يظهر عليه حضوره المتواصل في الفترة الليلية على مستوى الفيسبوك، إلا أن دراسته (طالب ثانوي)، جعلته يستغني عن الهاتف النقال بضغط من والده الذي منعه من شراء الهاتف، بحكم انه آخر عام بالنسبة إليه على مستوى الثانوية وإلا سيطرد بعد ذلك، وهذا من باب ممارسة السلطة لمصلحة المبحوث، لكن المبحوث بحكم احتكاكنا به لا يعير أهمية لهذه النقطة، فهو مشغول بكيفية العمل وتحصيل المال فقط، نتيجة الظروف الاقتصادية التي تمر بها عائلته، وهي عكس طموحات العائلة التي ترى في ابنها الشاب المتعلم والذي سيدرس في الجامعة مستقبلا، وفي نفس السياق فالمبحوث نراه يحاول بين الفينة والأخرى أن ينشر صورته الخاصة عبر الانستغرام، كما أنه في تفاعلاته الاجتماعية دائم الحضور ولا يعير اهتماما للانغماس في مواقع التواصل الاجتماعي حتى وان توفرت لديه الفرصة، فقد اعتاد على الاستخدام المنزلي أو مقاهي الانترنت، والملاحظ كذلك أن للمبحوث العديد من الأصدقاء المتفاعلين مع ما ينشره، فحين ينشر منشورا تجد عددا لا بأس به من التفاعلية مع ما نشره خاصة في الجانب الترفيهي التسلوي.

المبحوث الثالثون :

معلومات المبحوث:

المستوى التعليمي: جامعي

السن: 22 سنة

الجنس: ذكر

الحالة الاجتماعية: أعزب

الوظيفة: طالب

من خلال مقابلتنا، فقد وضح لنا بأنه يملك حسابا في المواقع التالية: الفيسبوك، اليوتوب، والمدونات الالكترونية، كما أن له اشتراكا في تطبيقي الفايبير والانستغرام، أما الترتيب الاستخدما تي اعتمادا على معيار الكثافة

الاستخداماتية هو على النحو التالي: الفاييسبوك، الانستغرام، المدونات الالكترونية، اليوتوب، الفاير، وكان المبحوث قد بدأ استخدامه لهذه المواقع عام 2014، مستخدما إياها في كل الأوقات التي تتوفر فيها ظروف الاستخدام (الوسيلة، الوقت، المكان)، وللإشارة فإن المبحوث قد بين لنا بأن طريقة اتصاله بالانترنت هي عن طريق اشتراك شهري لشبكة الهاتف النقال، ومعدل استخدام المبحوث لهذه المواقع من 3 - 6 ساعات يوميا، مستخدما إياها عن طريق الهاتف النقال، دائما لنفس الأسباب السابقة الذكر والتي أصبحت خصائص ملازمة للهاتف كوسيلة اتصالية، مبينا بأن كل الأماكن هي مكان للاستخدام بالنسبة إليه، وقد كشف المبحوث بأنه يملك أكثر من حساب على موقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك، بهدف التسلية مع الآخرين، وعن المواضيع التي يهتم بها في الغالب نجد المواضيع الترفيهية، والدعوة للتمرد على النظام القائم، ورفض الوضع الاجتماعي، وذلك بكل أشكال الاهتمام نشرا ومشاركة وتعليقا وإعجابا، والمبحوث بذلك يشارك في العديد من المجموعات قصد خلق نوع من التفاعل، إلا أنه يكتفي بالتعرض فقط لما يتم نشره في هذه المحتويات ويشارك ما يُعجب به من منشورات.

ومن خلال ملاحظتنا، نرى بان المبحوث يستخدم المدونات الالكترونية، ويعتبرها نوعا من التباهي وسط أقرانه لجهل الكثير منهم طريقة استخدامها، والمبحوث يولي أهمية كبيرة لمحتوياته في هذه المنتديات، وبالكاد يجعل المواقع الأخرى للتواصل، بينما يجعل المدونات للنشر، والمبحوث في السياق الاجتماعي نجده حاضرا في التفاعلات التي كانت تربطنا معه، ولا يول أهمية لاستخدام هذه المواقع، إلا أنه وبمجرد بداية استخدامه يقوم بالاستغراق في لفعل الاستخداماتي الأمر الذي يدفعه في الكثير من الأحيان إلى التخلي عن بعض الالتزامات التي يجب عليه القيام بها، والمبحوث كبقية المبحوثين تجده يقترب من المواضيع الراضة للوضع، حتى لدرجة أنه كان يلقي تحذيرا من طرف والده حول ضرورة التخلي عن النهج التمردية الذي يطبع منشوراته (بحكم أن والد شرطي)، بلاضافة إلى ابراز ذاته من خلال صورته، ومحاولة نقل جميع تفاصيل حياته في هذه المواقع.

2. تحليل نتائج عادات وأنماط استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي:

للقوف على مجمل النتائج التي تم التوصل إليها والمتعلقة بعادات وأنماط استخدام العينة المدروسة لشبكات التواصل الاجتماعي، فإننا سنعمل وفق منهجية مفادها، عرض النتيجة المتوصل إليها وشرحها وتحليلها كخطوة أولى، وبعدها مناقشة هذه النتيجة في ضوء التراث النظري كخطوة ثانية، ونقصد بالتراث النظري هنا، كل الاجتهادات المعرفية سواء النظرية أو الدراسات التطبيقية، والتي تتوافق مع هذه النتيجة أو تفندتها، أو تؤكد أو تنفي جزءا منها.

وبعد تحليل مجمل المقابلات التي تم استعراضها سابقا، ومن خلال ملاحظتنا المستمرة لعينة الدراسة، فيما يخص عادات وأنماط استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، فإننا توصلنا إلى النتائج التالية:

- الفيسبوك أكثر المواقع استخداما لدى الشباب:

تبين لنا من خلال تحليل المقابلات السابقة وتسجيل الملاحظات طيلة فترة الدراسة، بأن الفيسبوك قد احتل مكانا رياديا لدى العينة المدروسة، حيث أن أغلبية المبحوثين يمتلك حسابا في هذا الموقع (بغض النظر على الحسابات المتعددة للمبحوث الواحد)، ويظهر لنا بأن معظم المبحوثين كان أول ولوج لهم لهذه المواقع كان عن طريق الفيسبوك، ولعل هذا الأمر هو أحد العوامل التي تجعل المبحوثين يتعلقون أكثر بهذا الموقع، بالإضافة إلى الأسباب التالية:

✓ اشتماله على العديد من الخصائص التي تتميز بها المواقع الأخرى (النشر المكتوب والمسموع والمصور، الإعجاب والتعليق والمشاركة...).

✓ أن القائمين على الموقع، يعمدون إلى تحديثه في كل مرة، بالعديد من الخصائص التقنية من حيث الشكل أو المحتوى.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: تتفق هذه النتيجة مع الدراسة التي قام بها (فينشينزو كوزينا)، حيث توصل إلى أن الفيسبوك هو الموقع الأكثر استخداما في 19 دولة من أصل 149 دولة، والتي تعتبر الجزائر من بينها، حيث يصل عدد مستخدميه إلى 18 مليون مستخدم في الشهر الواحد¹، وفي نفس السياق تتفق هذه النتيجة مع الإحصائيات التي تم عرضها سابقا في الإطار النظري والمتعلق باستخدام المواقع في الدول العربية، وكنا قد رأينا بأن الموقع يحتل الصدارة في الجزائر.

¹ - Finchinzo Kozzina, World map of social networks, 2017, p21.

- اليوتوب ثاني المواقع حضورا:

تبين لنا بأن موقع اليوتوب قد سجل حضوره كثاني موقع تستخدمه العينة المدروسة، حيث أنها تستخدمه من خلال فتح حسابات شخصية، وهو الذي يوفر معنى حقيقيا للاستخدام، أو من خلال زيارته المتكررة والحاضرة في أغلب أوقاته على شبكة الانترنت، ولعل ذلك يرجع في اعتقادنا إلى:

- ✓ أن اليوتوب يوفر خاصية الفيديو (الصوت والصورة)، وهو الشكل المضاميني الذي يحب الجمهور أن يتلقى فيه مختلف الرسائل الإعلامية.
- ✓ أن اليوتوب على عكس التلفزيون، فاليوتوب يتيح إمكانية المستخدم في اختيار ما يشاء من فيديوهات للتعرض إليها والتفاعل معها.
- ✓ أن هذا الموقع يتناسب أكثر مع الأشخاص الذين يريدون التعريف بأنفسهم ومهاراتهم وإبداعاتهم، وكذلك هو مناسب جدا للعملية التعليمية أو التعليمية، وهذا ما وجدناه عند عينة الدراسة.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: تتفق هذه النتيجة مع الدراسة التي أجراها أحد المعاهد المتخصصة، بأن المشاهدات في منصات اليوتوب الخاصة بالشبكات التلفزيونية تضاعفت خلال أقل من خمس سنوات¹، وفي زيارة لموقع (ألكسا)، وهو موقع تخصصي لمعرفة ترتيب المواقع الأكثر استخداما في أي منطقة بالعالم، وجدنا أن المستخدمين الجزائريين (دون تخصيص فئة الشباب)، يستخدمونه في المرتبة الثالثة بعد الفيسبوك وغوغل².

- الانستغرام لبروز الذات أكثر:

من خلال تحليلنا لمجمل مقابلات المبحوثين وملاحظاتنا التحليلية، نجد بان تطبيق الانستغرام فرض نفسه رغم حداثة كتطبيق حاضر في استخدامات شباب عينة الدراسة فمعظم العينة يستخدمونه بغرض عرض صورهم و إبراز ذاتهم وتفصيل حياتهم اليومية بالإضافة إلى السعي نحو بناء علاقات اجتماعية مع الجنس الآخر و الكشف عن الصور الحقيقية (للبنات خاصة) من طرف الذكور و سبب انتشاره بين فئة الدراسة يرجع إلى :

- ✓ أن التطبيق يسمح لمشركيه رفع عدد لا نهائي من الصور
- ✓ يعتمد التطبيق بشكل أساسي على فكرة التتبع حيث يقوم المستخدم بتتبع الذين يعجب بصورهم وستصله تلقائيا كافة صورهم التي يقومون برفعها عبر التطبيق للإطلاع عليها أكثر

¹ - www.ELDjazira.com/12/02/2018/14:00.

² - www.alexa.com/12/02/2018/15:00.

✓ يسمح التطبيق للمستخدمين بمشاركة الصور عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك و التويتز.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: فإن هذه الدراسة توصلت إلى الاستخدام السلبي لهذا التطبيق و هو ما يتفق مع دراسة بريطانية قام بها مجموعة من الخبراء حيث توصلوا إلى أن تطبيق الإنستغرام هو الأسوأ بين منصات التواصل الاجتماعي من حيث تأثيره السيء على الصحة النفسية للشباب و شمل الاستطلاع حوالي 1500 شخص تتراوح أعمارهم بين 14 و 24 سنة وكان يهدف لرصد مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي سلبيا على مستخدميها، وتعلق الأمر بالمنصات الخمس الأكثر شعبية في البلاد وهي: الفيسبوك، والتويتز، واليوتوب، والانستغرام، والسناپ شات، حيث أكد المشاركون أن الانستغرام ساهم في البلطجة والقلق والاكتئاب والخوف¹، ومن خلال الإحصائيات المقدمة في الإطار النظري السابق، فقد اتضح بان الشباب الجزائري يستخدم الانستغرام بطريقة مكثفة.

- الفاير بديل للتواصل الهاتفي:

كان تطبيق الفاير حاضرا عند الاناث بدرجة أكبر من الذكور وذلك لاعتباره أكثر امانا وخصوصية من المواقع والتطبيقات الأخرى، خاصة عند الفئة الملتزمة من الإناث، فهو يسمح بالتواصل المجاني وسرعة المكالمات أحسن من المواقع الأخرى (مع وجود هذه الخاصية في الفيسبوك مثلا)، إلا أنه وبالرغم من استعماله من طرف الشباب للتواصل الاجتماعي فقط، نرى بأن هناك خطأ في فهم خصوصية هذا التطبيق، فهو تطبيق يسمح بإمكانية التجسس أكثر من التطبيقات الأخرى، وهذا نتيجة لعدم امتلاكنا ثقافة الاستخدام السليم للمواقع والتطبيقات وكذلك عدم قراءتنا للشروط عندما تكون على وشك الدخول لموقع ما، أو عند تنزيل تطبيق أو برنامج معين.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: نجد أن هذه النتيجة تدخل ضمن السياق الذي أكدته جريدة (الديار) في مقال علمي حول سياسة الخصوصية في تطبيق الفاير، حيث وضحت أنه وبحسب سياسة الخصوصية المدونة على موقع شركة فاير ميديا، تحت عنوان "استخدام المعلومات"، والتي عادة ما يوافق عليها المستخدم من دون قراءتها بسبب تفاصيلها الكثيرة، كتبت الشركة: "يحصل الفاير على سجل صوتي مفصل، من المكالمات لكل اتصال، من كل الهواتف والشبكات، وذلك لفهم أداء الشبكة وتفصيلها بشكل أفضل، من حيث عدد المكالمات التي يجريها المستخدمون، وجهات الاتصال المعتادة وأماكنها، طول مدة المكالمات، ونوع الشبكة المستخدمة"²، وحتى وإن كان في الجزائر اتجاه إلى حظر هذا التطبيق بالإضافة إلى تطبيقي السكايب والواتساب، من طرف سلطة ضبط البريد

¹ - www.airfory.com/15/02/2018/09:00.

² - أحمد علي الصباح، سياسة الخصوصية في تطبيق الفاير، العدد 2559، 2016/10/12.

والاتصالات السلكية واللاسلكية، حسب ما ذهبت إليه بعض التقارير الصحفية، إلا أنه ليس بدافع الحفاظ على الخصوصية، وإنما بضغط من شركات شبكة اتصال الهاتف النقال (موبيليس...)، نتيجة منافسة هذه التطبيقات جراء توفيرها للاتصال المجاني¹.

- التويتر ولينكدإن للنخبة:

اتضح لنا من خلال ما سبق من تحليلات مقابلية وملاحظة مع العينة المدروسة، بان موقعي التويتر ولينكد إن أقل استخداما مقارنة بما سبق من مواقع، ولقد راينا بأن استخدامهما يقتصر على طبقة معينة دون طبقات أخرى، فيقتصر مثلا على الشباب الذين يتمتعون بمكانة مرموقة ضمن تخصصهم، ولعل ذلك يرجع إلى:

- ✓ موقع التويتر لا يتيح الشكل الذي يريد الشباب أن يبدو فيه آرائهم ووجهات نظرهم (250 حرف على أقصى حد).
- ✓ أن كلا الموقعين لا يتناسبا مع الميولات والدوافع الترفيهية لدى الشباب للطابع الرسمي الذي يحملناه.
- ✓ أن موقع لينكد إن هو مصمم أصلا للتواصل بين المجموعات المهنية الواحدة، ومعظم العينة المدروسة غما طلبة او بطلون.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: يتمظهر لدينا جيدا، من خلال الإحصائيات المقدمة لاستخدامات الموقعين، بأنهما أقل استخداما مقارنة بالمواقع السابقة خاصة في الجزائر، ويرى الباحث (يونس قرار) أن الجزائر تعرف تأخرا كبيرا من حيث استعمال التويتر ولينكد إن، عكس بعض دول العالم، مشيرا إلى أنه يلجأ إليهما رجال السياسة ورؤساء المنظمات المختلفة فقط، ويقل استخدامهما أكثر عند الشباب². وتجدر الإشارة إلى ضرورة الاستفادة من موقع لينكد إن في المجال المهني، بحكم أنه يجمع أصحاب التخصص أو الاهتمام الواحد، الأمر الذي يساعد الشباب في طلبات العمل المختلفة.

- المدونات الالكترونية وتطبيق السكايب: الريادة والتراجع

من خلال نتائج المبحوثين تأكد لنا بأن المدونات الالكترونية رغم أقدميتها في الظهور وتمثيلها للجيل الأول من شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أنها لا تلقى اهتماما في أوساط الشباب، وهو الحال نفسه بالنسبة لتطبيق السكايب، هذا الأخير الذي يتيح امكانية التواصل الفيديوي المجاني عبر شبكة الانترنت، وتجدر الإشارة إلى أن

¹ - جريدة آخر ساعة، 2017/03/12.

² - يونس قرار، مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 25، جامعة ورقلة، 2016، ص 18.

المدونات الالكترونية كانت قد لاقت رواجاً كبيراً في بداية ظهورها مثلها مثل السكايب، إلا أنه في فترة إجراء الدراسة كانت العينة المدروسة قد استغنت عن كل ماله علاقة بالجيل الأول تقريبا، مع التأكيد على معرفة كلاهما من طرف العينة المبحوثة، وهذا في اعتقادنا يرجع إلى:

- ✓ ظهور العديد من المواقع والتطبيقات المجانية، والتي توفر العديد من الخصائص بالإضافة للخصائص التي تتمتع بها المدونات الالكترونية والسكايب.
- ✓ أن المدونات الالكترونية تتطلب ثقافة تقنية، ومتابعة دورية من طرف صاحبها، وهو الأمر الذي يجمله الشباب في غالب الأحيان.
- ✓ أن تطبيق السكايب لم يطور نفسه من خلال تحديث انتاجاته المختلفة، فالخاصية التي يمتاز بها (التواصل الفيديوي) أصبحت متاحة في جل المواقع والتطبيقات الأخرى.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: نجد بان الاحصائيات السابقة الواردة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي تبين المرتبة المتدهور من حيث الاستخدام في الجزائر أو الدول العربية بصفة عامة في المدونات الالكترونية، وتطبيق السكايب، وبحسب الدراسة التي قامت بها الباحثة (سوهيلة بضياف) بعنوان: "المدونات الالكترونية في الجزائر دراسة في الاستخدامات والاشباع"، فإن عينة دراستها أكثر من 80 % منها هم شباب ولديهم مدونات الكترونية¹، وهذا ما يتنافى مع النسب الاحصائية التي تم الاستشهاد بها، إلا انه يؤكد ما ذهبنا إليه بخصوص تراجع المدونات بعدما كانت قد اشتهر استعمالها في وقت مضى، وذلك بالرجوع للوقت الذي أجرت فيه الباحثة الدراسة 2009، وهي السنة التي لا يزال استعمال فيها المدونات يلقي اقبالا من طرف الشباب ليتناقص فيما بعد.

- فراندستر والماي سبيس والواتساب مواقع وتطبيقات يجهلها الشباب:

من خلال المقابلة مع المبحوثين نرى بأنهم يجهلون في الكثير من الأحيان أسماء هذه المواقع والتطبيقات، ويرجع ذلك في الغالب إلى جهل طريقة الاستعمال، وهذا يرجع في اعتقادنا إلى:

- ✓ عدم شيوع هذه المواقع والتطبيقات، نتيجة عدم استخدامها بكثرة.
- ✓ عدم اكتساب ثقافة تقنية تؤهل الشباب لاستخدام هذه المواقع والتطبيقات.
- ✓ هذه النتيجة تعتبر مبدئية، فيستطيع الشباب أن يتحول لاستخدام هذه المواقع والتطبيقات، نتيجة ظروف معينة، مثلما حصل مع مواقع وتطبيقات سابقة.

¹ - سوهيلة بضياف، المدونات الالكترونية في الجزائر : دراسة في الاستخدامات والاشباع"، إشراف: عيساني رحيمة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2009/2010.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: نرى بان الإحصائيات الواردة أعلاه، في بعض الأحيان لم ترد هذه المواقع والتطبيقات أصلا ضمن العملية الإحصائية، وهو ما يفسر عدم استخدام هذه المواقع إلا في حالات نادرة.

- خاصية " الأبدال والمحافظة" في الاستخدام:

إجابات الباحثين والملاحظات المسجلة المتعلقة باستخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، توضح بان غالبيتهم قد بدأوا استخدام التشبيك الاجتماعي عبر هذه المواقع بداية من الفايسبوك، لينتقلوا بعده الى استخدام المواقع والتطبيقات الأخرى، كنوع من الإبدال، لكنه ليس إبدالا تعويظيا، فيبقى كل موقع يحافظ على نصيبه الاستخداماتي مع الاختلاف في قيمة الاستخدام، وهذا ما تعبر عنه هذه الخاصية والتي تتمثل في الإبدال والمحافظة.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: نجد بان معظم الدراسات التي بحثت في الاستخدامات المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي، تؤكد بان المستخدم لا يكتفي فقط باستخدام موقع أو تطبيق واحد في الغالب، وإنما يتعداه لأكثر من ذلك نتيجة للعديد من الدوافع والحاجات، إلا أن هذا لا يمنعه غالبا من الاستمرار في استخدام المواقع التي بدأ باستخدامها بداية، حتى يكون حاضرا في كل السجلات الشبكية العلائقية في هذا العالم الافتراضي هذا من جهة. ومن جهة أخرى فإن هذه المواقع أو التطبيقات هي من تدفع في الكثير من الأحيان المستخدمين للحفاظ على استخدام المواقع الأخرى، من خلال صيغة الامتدادات التشاركية التي توفرها هذه المواقع. بالإضافة إلى أن هذه الخاصية تمتاز بها التكنولوجيات الحديثة، بصفة عامة، فأحد خصائص التقانة الحديثة أنها تتجه للانسجام مع بعضها البعض، من خلال التطوير في الخصائص وليس إلغائها، الأمر الذي جعل المستخدم حرا في اختيار أي الوسائل أنسب بالنسبة إليه وفقا لقدراته الاجتماعية والتقنية والاقتصادية¹.

- معايير الاستخدام هي من تحدد البدائل:

الترتيب الاستخداماتي والتفاضلي للمواقع والتطبيقات، يرجع إلى العديد من المعايير التي يضعها المستخدم للاختيار بينها كبداية موجودة إليه لتحقيق أهدافه من العملية التواصلية، وبعد ملاحظتنا للعينة المبحوثة في استخداماتها لهذه المواقع، نجد هذه المعايير تعتمد على:

✓ عدد المشتركين والشيوع: حيث أن الشباب يتجهون أكثر للمواقع التي يوجد بها أكبر عدد من المشتركين والتي تمثل رمزا شائعا في علاقة الشباب بالفضاء الأزرق.

✓ أقدمية الاستخدام: حيث أن الشباب يميلون في الغالب إلى المواقع والتطبيقات التي يعرفون استخدامها أكثر.

¹ - شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال: قضايا معاصرة، المدينة برس، القاهرة، 2010، ص111.

✓ الملائمة مع المحتوى أو الهدف: يختار المستخدم أحسن المواقع والتطبيقات التي تتلاءم مع المحتوى الذي يريد نشره، بالإضافة غلى فعاليتها في تحقيق أهداف النشر.

وتجدر الإشارة إلى أنه في بعض الأحيان اختيار البدائل لا يكون تراتيبيا وإنما يكون في اللحظة ذاتها من خلال نشر المحتوى الواحد، وفي بعض الأحيان كذلك قد تتغير البدائل في تراتيبها حسب معايير الاستخدام السابقة. ومن خلال مراجعة التراث النظري: يشير الباحثين (المر وماريت)، في تقييم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والمعايير التي يعتمدها المستخدم للمفاضلة بينها¹:

العنصر الأول: طبيعة الهيكلية التي يتسم بها نسيج شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تعتمد إلى حد كبير، على قدرة الفرد على التواصل مع الآخرين، واستثمار مهاراتهم لإحداث قيمة معرفية مضافة نتيجة لظفره بموارد معرفية جديدة، يمكن أن تلحق مفرداتها بحصيلته الذاتية، أو تستودع بالقواعد المعرفية التي تمتلكها جماعته المتخيلة، أو تلك التي تفتنيها المنظمة الرقمية التي ينتمي إليها، شريطة أن يستكمل ذلك بالحد الأدنى من الوقت المستغرق مع تجنب احتمالية تكرار مادة المورد، أو تشتت عناصرها.

العنصر الثاني: قدرة الأفراد على إدارة وتوجيه دفة ممارساتهم التفاعلية مع الآخر، بحيث تثمر عن ترسيخ أجواء الثقة، وتوطيد الوشائج اللاهية بين عناصر نسيج الشبكات الاجتماعية المتخيلة، ولا يمكن إدراك ذلك إلا من خلال إشاعة أربعة مبادئ جوهرية، تتضمن حرص المستخدم على الإيفاء بالالتزامات، والانضباط بالنظام والمبادئ، وترسيخ الثقة، وإثبات الهوية، ولا شك في أن التزام المستخدمين بهذه المبادئ ستؤثر، بشكل ملحوظ في ماهية الصبغة المميزة للشبكة، وستسهم في الوقت ذاته، في تعميق جذور القواعد والمعايير التي ستثبت في نفوس أفراد الجماعة، الإحساس بالصبغة المميزة لجماعتهم المتخيلة، وتأصل شعورهم بهويتهم المميزة.

العنصر الثالث: اقتدار أفراد شبكات التواصل الاجتماعي على صعيد تقاسم المعلومات، والموارد المعرفة مع أقرانهم، ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال إدراكهم السليم لطبيعة الفرص التي يمكن إحداثها نتيجة لبث المعلومات على رقعة واسعة من نسيج التواصل الاجتماعي، مع توفير المناخ المناسب لتبادل الخبرات والمشاركة بالممارسات الذكية.

- الأقدمية والانسجام مع مرحلة الاستخدام:

من خلال ملاحظتنا للعينة المدروسة، وجدنا بان هناك علاقة بين أقدمية الاستخدام والانخراط في مراحل الاستخدام الأربعة، والتي تتأثر بقدوم العملية الاستخدامية، فيمر المستخدم في استخدامه لهذه المواقع بالمراحل التالية:

¹ - El Morr and Mart, virtual community building and the information society : current and future direction, p24.

✓ مرحلة المستخدم العادي: وهنا يكون المستخدم في مرحلة الاستخدام الأولي، حيث يبدأ بالتعرف على الموقع أو التطبيق، وتمتاز هذه المرحلة بتوخي الحذر في بداية التجريب.

✓ مرحلة المستخدم المدمن النشط: هنا يدخل المستخدم مرحلة النشاط الفعلي، ويعمل بطريقة مكثفة في استخدامه لهذه المواقع.

✓ مرحلة المستخدم المدمن غير النشط: وهنا يدخل المستخدم بداية ملله من هذا الموقع أو التطبيق، والتقليل من نشاطه، مع أنه يمكن أن يتداخل مع المرحلة السابقة وفقا للظرف الاتصالي.

✓ مرحلة الملل وعدم التخلي/أو التخلي: وهنا يدخل المستخدم مرحلة الملل، فيصبح متابعا فقط في الكثير من الأحيان، لكنه في أحيان كثيرة لا يتخلى عن استخدام هذه المواقع، وقد تدفعه البدائل الأخرى للتخلي.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: إن المرحلة التي تم وضعها من خلال ملاحظتنا لاستخدام العينة المدروسة لهذه المواقع، تتفق مع منطلقات البارديغم النشري وبارديغم الابتكار وبارديغم التملك - حتى وإن خصصنا عملية الاستخدام على المواقع إلا أن الباراديغمات تنطلق من استعمالات التقنية عموما- في أن تبني التقنيات المختلفة يمر بعدة مراحل بداية من عرض الابتكارات على المستعمل، ووصولاً إلى التبني أو الرفض، وحسب الباحث (روجرز) فإن مميزات هذه الابتكارات وخصائصها كما يراها المستعمل هي من تحدد درجة تبنيها وتقبلها¹. وعموما فمن حيث المبدأ كل هذه المقاربات تعنى بتحليل تشكل الاستعمالات الاجتماعية من خلال تملك هذه التقنيات وكيفية استخدامها، وتؤمن بالمرحلية في تبني استخدامها، والتي تعتمد في الغالب على عامل الزمن كعامل مؤثر في الاستخدام.

- زيادة موجة الاستخدام بعد عام 2013:

من خلال القراءة التجميعية لمجمل ما سبق في المقابلات مع المبحوثين وملاحظتنا إياهم، تبين لنا بان أغلب عينة الدراسة قد بدأت الاستخدام بعد عام 2013، أي في هذه السنة والسنوات التي تليها 2014، 2015، خاصة مع الفايسبوك باعتباره أولى المواقع التي استخدمتها عينة الدراسة، ولعل ذلك يرجع للأسباب التالية:

✓ أن عينة الدراسة مقارنة بسنهم فإن غالبيتهم في هذه المرحلة كانوا قد بدأوا مرحلة الشباب الفعلية، والتي تتصف بحب التجريب.

✓ ان هذه السنوات بداية من 2013، تمثل نسبة زيادة استخدام هذه المواقع، في العالم العربي عموما، وفي الجزائر بالخصوص، خاصة بعد موجة ما يسمى بالربيع العربي.

¹ - Rogers, E. M. *Diffusion of innovations*, NY: Free Press. New York, 2003, p39.

✓ أن الاتصال بشبكة الانترنت أصبح يعرف تحسنا في الجزائر في هذه السنوات، بعد الاصلاحات التي عرفها قطاع تكنولوجيايات الاتصال (انخفاض سعرها، امكانية ادخالها للمنزل، بالاضافة إلى بداية الامتيازات الهاتفية 3G...).

ومن خلال مراجعة التراث النظري: وهو ما يتفق مع الاحصاءات التي تم ذكرها سابقا، ففي الفايبيوك مثلا لقد تطور عدد مستخدمي الفايبيوك من أقل من ثلاثة ملايين في عام 2012 إلى أكثر من 4 ملايين سنة 2013، بنسبة زيادة تقدر بـ 08%، ومع قراءة زيادة النسب الواضح في السنوات التالية نرى بأن هناك زيادة أكثر.

- الحضور اليومي للتواصل الشبكي: الاستغراق

كشفت ملاحظتنا اليومية ومقابلاتنا مع الباحثين، أن أغلبهم يستخدمون هذه المواقع في كل الأوقات، متى توفرت لديهم الظروف الاتصالية المناسبة، حيث أن أغلبيتهم لا يخصصون وقتا محددًا للاستخدام باستثناء بعضهم، وهذا راجع للأسباب التالية:

✓ الاستخدام الشمولي في الحياة اليومية للشباب لشبكات التواصل الاجتماعي كان سببه اعتماد الهاتف النقال كوسيط لاستخدام هذه المواقع، مما يتيح إمكانية استخدامها في كل وقت.

✓ زيادة الاستخدام اليومي المكثف لهذه المواقع، كان قد زاد بنسبة تستدعي منا الملاحظة بعد ارتباط الهاتف بـ 3G - 4G (شبكة الاتصال عن بعد).

✓ أن هؤلاء الشباب خاصة البطل منهم، يعاني من مرحلة الفراغ، الأمر الذي يستدعي منه تمضية وقته عبر استخدام هذه المواقع.

والأمر هنا يحتاج منا الوقوف عليه، على اعتبار تدهور الزمن من زمن له قيمة في حياة الإنسان، إلى زمن استخداماتي فقط، وهو ما يحيلنا لفكرة الاستغراق الاستخداماتي، فالشباب لم يكتف بالاستخدام فقط، وإنما تطور إلى مرحلة الاستغراق الاستخداماتي، مستغرقا أغلب وقته في استخدام هذه المواقع.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: تشير دراسة حديثة إلى أن الدماغ يرغب في تفقد موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك مرة كل 31 ثانية¹، ويتفق عنصر الاستغراق غير المطول، باعتباره عملية تعرضية مع الايجابية بحسب ما يراه (بالبحرين)، حيث أن الجمهور يكون نشطا من خلال²:

✓ الإنتقاء: هي خطوة سابقة على التعرض للمضمون الإتصالي، حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية وكذلك المضامين التي يتعرض لها وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.

¹ - www.aljazeera.net/news/miscellaneous/2015/8/16/400/22/02/2018/22:00

² - مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، اشراف: العيد علام، مذكرّة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010، ص 39.

✓ الاستغراق: هي خطوة تحدث أثناء عملية التعرض، ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.

✓ الإيجابية: بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال، وهذا يشير إلى تذكر المضمون وزيادة حجم المعلومات لدى الفرد في هذه الحالة، ويشعر الفرد بأنه حقق نوعا من الإشباع لحاجاته كزيادة معلوماته بعد التعرض لوسائل ورسائل الإعلام، وتؤكد هذه الأبعاد والعناصر - الخاصة بإيجابية الجمهور - أن هذا الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافعه من استخدامه لوسائل الإعلام.

- الزمن وتلاعب الأدوار:

لا يخفى على أحد أهمية الزمن في تحديد الوظائف، فالإنسان في بداية يومه يجعل لكل دور اجتماعي يقوم به، زمنا محددًا، يقوم به طوعا أو أمرا، وفقا لمتغيراته وسماته الشخصية، ومن خلال ملاحظتنا فإنه حتى أولئك المبحوثين الذين أجابوا بأن كل الأوقات هي للاستخدام، فإن الفترة الليلية كانت أكثر الفترات استخداما لهذه المواقع، فالمبحوثون يستخدمون هذه المواقع حتى لوقت متأخر من الليل، الأمر الذي كنا نلاحظ تأثيره على العينة المدروسة، في المناحي التالية:

✓ السهر الطويل أدى بالعينة المدروسة (خاصة البطالة منها) إلى عدم الاستيقاظ حتى لوقت متأخر من النهار، وهو الأمر الذي انعكس سلبا على أدائهم في الحياة اليومية.

✓ السهر الطويل كما هو معلوم له العديد من الآثار الجسدية، والتي كنا نراها على هؤلاء المستخدمين، كاحمرار العينين وآلام الرقبة...

✓ عدم استغلال وقت الليل للنوم الكافي، يجعل أدوارهم الاجتماعية ناقصة الفعالية بسبب عدم راحة الجسم وإجهاده.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: أفادت دراسة كندية حديثة بأن الطلاب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة ينامون عدد ساعات أقل من المعدلات الطبيعية، مما يعرضهم لمشاكل صحية، وأجرى الدراسة باحثون في مستشفى الأطفال بمعهد بحوث شرق مدينة أونتاريو الكندية، ونشرت في دورية (Acta Paediatrica) العلمية، وشملت الدراسة 5242 طالبا في كندا تتراوح أعمارهم بين 11 و20 عاما. ووجد الباحثون أن 63.6% من المشاركين حصلوا على عدد ساعات أقل من الموصى بها يوميا، كما أن 73.4% من الطلاب أفادوا بأنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لمدة ساعة واحدة على الأقل يوميا. وقال قائد فريق البحث (جان فيليب شابوت) إن "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على النوم موضوع يستحوذ على أهمية كبيرة نظرا

للآثار السلبية المعروفة للحرمان من النوم على الصحة". وأضاف أن "الأجهزة اللوحية منتشرة بكثرة في مجتمعنا اليوم، وهذه الدراسات مجرد بداية لفهم المخاطر والفوائد التي تعود عليها منها"¹.

- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد نسبيا من العزلة الاجتماعية:

مسألة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، أو وسائل الاتصال بصفة عامة على العزلة الاجتماعية، هي فكرة قديمة جديدة، لأن منذ بداية ظهور وسائل الإعلام كان الباحثون في تلك المرحلة يرون بأنها تزيد من العزلة الاجتماعية للأفراد المتلقين (أوغست كونت، دور كايم، هارولد لازويل...)، وجديدة لان هذه الظاهرة تتجدد بظهور وسائل تواصل جديدة واللجوء إلى استخدامها أكثر، وهو الحال نفسه مع استخدام الشباب لهذه المواقع، وتدليلنا على ذلك هو:

✓ أن معظم الشباب حسب المقابلة يستخدم هذه المواقع من 3 - 6 ساعات يوميا، وهي مدة زمنية كبيرة مقارنة مع استخدامات وسائل الاتصال السابقة.

✓ أن الشباب المبحوث من خلال ملاحظتنا إياه، كان في التفاعلات الاجتماعية التي تجمعنا معه في الغالب، ينزوي لاستخدام هذه المواقع.

✓ أن الشباب أصبح يعطي وقتا أكثر لاستخدام هذه المواقع على حساب التفاعلات اليومية.

وإن كانت هذه التبريرات هي نتيجة ملاحظتنا للعينة المبحوثة، إلا أننا نعتقد لزاما بإجراء دراسات في هذا المجال وضبط مفهوم العزلة الاجتماعية في حد ذاته، فإتجاه كبير من الباحثين يذهب إلى أن هذه المواقع هي تواصلية، والتواصل لا يلتقي مع الانعزال في شيء.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: لقد تحدثت أبحاث سابقة فحصت العلاقة الغريبة بين شبكات التواصل الاجتماعي وبين العزلة الاجتماعية عن الادعاء أن الأشخاص الذين يستخدمون الوسائط الاجتماعية أكثر يبلغون عن مشاعر العزلة الاجتماعية. ولكن البحث الجديد الذي أجري في جامعة بيتسبرغ في أمريكا، ونُشر في - American Journal of Preventive medicine، يحاول الإجابة عن السؤال ما الذي يحدث أولا هل الشعور بالعزلة أم تصفح الشبكات الاجتماعية؟²، شارك في البحث شبان عمرهم 19-32 عاما، وفحص طاقم البحث كم من الوقت يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك، إنستاجرام، سناب شات، تويتر، تمبلر، بنترست، وغيرها. بالإضافة إلى ذلك، أجاب المشاركون عن اختبارات تفحص كيف يشعرون اجتماعيا هل يشعرون بعزلة اجتماعية أو لديهم علاقات اجتماعية وهم نشطون اجتماعيا. أشارت نتائج البحث إلى أن

¹ - www.aljazeera.net/news/healthmedicine/2018/1/25/19:00.

² - Brian A. Primack and Others, Effects of social networks, American Journal of Preventive Medicine , vol33,march2017,p214-255

المشاركين الذين قضوا أكثر من ساعتين يوميا في تصفح الشبكات الاجتماعية شعروا بعزلة بنسبة أعلى بضعفين من المشاركين الذين قضوا أقل من نصف ساعة يوميا في تلك المواقع. وهناك عدد من الطرق لتوضيح العلاقة العكسية بين شبكات التواصل الاجتماعي وشعور العزلة الاجتماعيّة. إحدى الطرق هي أن الوسائط الاجتماعية تتطلب وقتا، ربما يمكن تكريسه من أجل التنشئة الاجتماعية الواقعية بين الأفراد وليس الرقمية. ثمّة طريقة أخرى لتوضيح ذلك، وهو مشاهدة صور أشخاص وهم في لحظات الذروة، في أحداث ممتعة، قد تزيد من مشاعر الغيرة، وتؤدي إلى الاعتقاد أن الآخرين يعيشون حياة سعيدة وناجحون أكثر. في هذا السياق، تجدر الإشارة أيضا إلى الأمور المفهومة ضمنا من أجل إقامة علاقات حقيقية، هناك حاجة إلى إقامة علاقة مع شخص حقيقي وتعزيزها: لا تجعل العلاقات الافتراضية الصداقة حقيقية. أوضحت نتائج البحث أنه ليس معروفا بعد إذا كانت العزلة ناتجة عن التعرض الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي، أو أن الأشخاص يشعرون بالعزلة لأنهم ببساطة يقضون وقتا أكثر في مواقع كهذه. "من جهة، من المحتمل أن البالغين الشباب الذين يشعرون منذ البداية بعزلة اجتماعية يتوجهون إلى الوسائط الاجتماعية. من جهة أخرى، من الممكن أن استخدام الوسائط الاجتماعية المتزايد يؤدي إلى مشاعر العزلة عن العالم الحقيقي. قد يكون هذا ناتج عن دمج كلا السببين". ولكن تؤكد مجرية البحث أنه في حال حدوث العزلة قبل بدء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فمن المؤكد أن قضاء الكثير من الوقت في هذه الشبكات لا يخفف من حدة العزلة بل يفاقمها.

- زمن الاستخدام ليس هو زمن النشاط:

من خلال ملاحظتنا للمبحوثين، تبين لنا بأنهم حتى وإن صرحوا باستخدامهم لهذه المواقع بهذه الكثافة، إلا أنهم في حقيقة الأمر يقصدون به زمن الاستخدام، وليس زمن النشاط، ففي الكثير من الأحيان المبحوث يستخدم هذه المواقع بغرض تتبع الجديد فيها وعدم وجود أي نشاط يذكر خلال الفترة التي يستخدم فيها هذه المواقع، وهنا ينبغي الإشارة إلى النقاط التالية:

✓ عمليا لا يمكن أن يكون زمن الاستخدام (خاصة المكثف منه) هو زمن النشاط، فالأمر صعب جدا على المستخدم.

✓ أن هذا يتلاءم مع المراحل التي تم ذكرها سابقا، خاصة مرحلة المستخدم المدمن غير النشط.

✓ أن الزمنين متلازمين بنوع من التداخل، فيستطيع أن يكون زمن الاستخدام غير الفعال في مدة محددة، وبعدها يكون هناك استخدام نشط، ليعاود مرة أخرى الاستخدام سكونه وهكذا.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: نجد أن (فرانك مرييه) قد أكد على ضرورة التفرقة بين زمني الفعالية والزمن المخصص للاستخدام، باعتبار أن الأول هو النموذج الحقيقي للسلوك الاستخدامي والذي يعبر عن ايجابية الجمهور،

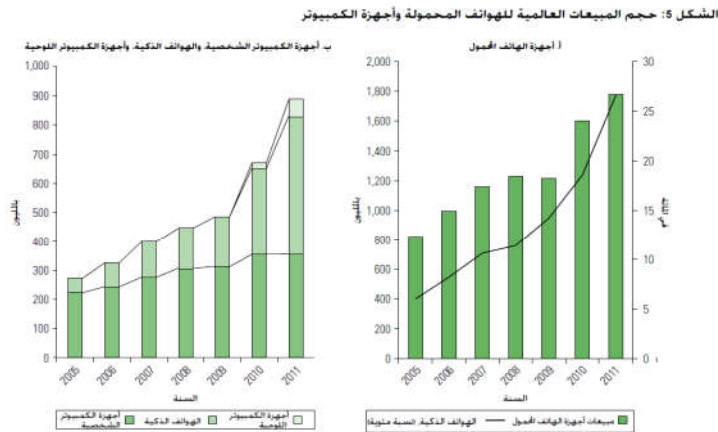
بينما الثاني فإنه يميلنا إلى سلبية التعرض التي طبعت وصف الجمهور في البدايات الأولى لدراسته، ودراسة المستخدمين في كلا الزمنين، هي من تحدد تأثير الزمن في العملية الاستخدامية¹.

- مدة الاستخدام لها علاقة بالوسيط بالدرجة الأولى:

المبحوثون الذين يستخدمون هذه المواقع عبر الهاتف النقال، كانوا أكثر استخداماً من غيرهم، فالهاتف النقال نتيجة لخصائصه التي يمتاز بها (كسهولة الحمله مثلاً) مكنته من أن يكون الوسيطة الأكثر استخداماً من طرف فئة الشباب، لتأتي بذلك اللوحات الذكية بدرجة أقل لتوفرها على بعض خصائص الهاتف النقال، وأخير الحاسوب. وهنا نستنتج انه كلما كان الوسيط مناسباً للاستخدام وتوافق مع احتياجات المستخدم وسهل له إشباع حاجاته كان سبباً في زيادة استخدامه وتوفير راحة له.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: طبقاً لتقرير مجلة «فوربس» فقد بات مستقبل الشبكات الاجتماعية متصلاً بالهاتف المتحرك الذكي، وبحسب التقرير فإن مستخدمي «فيسبوك» و«تويتر» يقضون مزيداً من الوقت في استخدام تلك الشبكات على الأجهزة النقلة أكثر مما يفعلون على أجهزة الكمبيوتر سواء المكتبية أو المحمولة. بدورها بدأت شركات إنتاج الهواتف المتحركة توفير كافة الخدمات والتطبيقات الحديثة من أجل زيادة رغبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي².

وهذه بعض الإحصاءات المقدمة لانتشار الهواتف النقلة على حساب الحاسوب:



المصدر: مأمونة عن مؤسسة غارنر ملحوظة: أجهزة الكمبيوتر الشخصية تشمل المكتبية والمحمولة، بما فيها أجهزة النونوت الصغيرة باستثناء اللوحية.

(المصدر: كيفن دونوفان وآخرون، تعظيم الاستفادة من الهواتف المحمول، منشورات المعلومات والاتصال من أجل التنمية، البنك الدولي واشنطن، ص22).

¹ - فرانك مرميه، الفضاء العربي: الفضائيات والانترنت والإعلان والنشر، تر: فريدريك معتوق، قدمس للنشر والتوزيع، 2003، ص14.

² - دنيا مصطفى، الهاتف الذكي سفير مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الاتحاد، أنظر الرابط:

<http://www.alittihad.ae/details.php?id=26710&y=2015&article=full>

رغم أن الإحصائيات تؤكد تراجع الحواسيب من جانب الاستخدامات إلى أنها تبقى حاضرة وهذا ما تدل عليه الإحصاءات ضمناً من خلال تراجعها لكن دون التخلي عنها نهائياً، ولعل من يتحكم في مستقبل هذه الحواسيب هو التطور الذي يمكن أن تعرفه الهواتف الذكية مستقبلاً، إلا أنه إجمالاً نرى بان أغلبية من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي - وهو الذي يهمننا في هذه الدراسة - كان من خلال الهاتف النقال.

- الحضور المكاني المتعدد، لكن المنزل الأكثر حضوراً:

يظهر جلياً بإجماع أغلب الباحثين بأنهم يستخدمون هذه المواقع في كل الأماكن، التي تتوفر فيها الظروف الاتصالية المناسبة، سواء في المنزل أو مكان الدراسة أو العمل بالإضافة إلى مقاهي الانترنت، فهي كلها أماكن يستخدم فيها الشباب هذه المواقع، لكن هذا لم يمنع من وجود مكان يوصف بأنه المكان المحبذ لدى المستخدم للاستخدام، وهو المنزل.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أجراها (محمد المعتصم) في مصر حيث توصل إلى أن الدخول على هذه المواقع أحياناً لا يتحدد بمكان فيمكن الدخول في أي مكان غير محدد وحصل ذلك على نسبة عالية من الأصوات وصلت إلى 93%. ولكن من جهة ثانية تتفق هذه الدراسة مع تيار البحوث الذي أعطى أهمية للمنزل في العملية الاستخدامية، وهو ما كنا نلاحظه في حضور العينة المبحوثة في هذه الشبكات، والأمر لا يقف عند هذا الحد حسب (توسان) فهو إعادة تنظيم الفضاءات بين المجال العام والخاص للمستخدم، لان المستخدم أصبح بإمكانه الاطلاع على بنك من المعلومات مباشرة من منزله بعد أن كان لا يتسنى له ذلك إلا من خلال الفضاءات العمومية، حيث اطلق عليها الباحث (جوي) اسم " ممارسات ما بين الفضاءين العام والخاص"، مشيراً إلى ثنائية المجال وازدواجية الحركة في الفضاء، وهو ما يقود إلى تحول المجال الخاص "المنزل" إلى مجال عام، وبالتالي الدخول في الفضاء العام من المجال الخاص².

- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من الرغبة إلى الحتمية:

من خلال حضور مواقع التواصل الاجتماعي في أغلب الأماكن التي يقصدها الباحثون وفي أغلب الأوقات، تحولت استخدامات هذه المواقع من الرغبة التي كانت تظهر كلما دعت الحاجة إلى ذلك، إلى حتمية فأصبحت تفرض نفسها كأحد الأعمال التي يجب على الشباب القيام بها، بل وكعمل رئيس وبدل عن الكثير من الأعمال الأخرى، وما يميز هذه الرغبة أنها رغبة نهمية، فالمستخدم بقدر استخدامه المكثف يزيد استخدامه في كل مرة (حسب

¹ - جريدة الوطن / 2016/03/2 / <https://www.elwatannews.com/news/details/1003213>.

² - ثريا السنوسي، تكنولوجيا الاتصال ومسألة الاستعمالات: المقاربات النظرية والتغلغل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 47.

الظروف الاتصالية)، الأمر الذي حول هذه النهمية إلى حتمية فالشباب تجده دائما في حاجة إلى استخدام هذه المواقع وفي لطفة بحثا عن أي مكان يسمح له بالاتصال بالانترنت لاستخدام هذه المواقع بالدرجة الأولى، وكذلك الجماعات المرجعية لهؤلاء الشباب أصبحت كلها جماعات مفرطة في هذا الزخم الاستخداماتي، لتكون بذلك علامة مميزة لها، وتدخل ضمن الشروط غير المعلن عنها لضمان بقاءه ضمن الجماعة (الأصدقاء خاصة).

ومن خلال مراجعة التراث النظري: إن الممارسات الإعلامية واستعمالات التكنولوجيا الاتصالية أصبحت جزءا من الحياة اليومية أو الممارسات اليومية، يقول في هذا الصدد (بيار شامبا): "إن الممارسات الاتصالية على عكس الممارسات المتعلقة بالترفيه، التي نلجأ إليها للترويح عن النفس، والهروب من الملل، هي ممارسات جوهرية ومركزية، لأن التكنولوجيات الاتصالية موزعة على كافة الأنشطة اليومية"¹.

- مواقع التواصل الاجتماعي عوامل مزدحمة بالهويات:

وجدنا أن الشباب في هذه المواقع لا يكتفي بهويته فقط - هذا إن أخبر بها حقيقة-، وإنما جزء منهم لديه العديد من الهويات الافتراضية، الأمر الذي يجعل المستخدم أمام مجتمع مليء بالهويات لا تتوفر في الكثير من الأحيان على الثقة والمصادقية فيها، ويصبح أكثر اقترابا من الهويات التي يعرفها على مستوى الواقع الاجتماعي ومعاملته بحذر مع تلك الهويات الجديدة بالنسبة إليه.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: ففي الدراسة التي قامت بها الباحثة (بييمون كلثوم) حول: "تصور و ممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الإلكتروني و الممارسة الواقعية" توصلت إلى أن الطريقة التي يعتمدها الشاب لعرض هويته حيث يفضل بنسبة 43.63% عرض اسمه الحقيقي مع اسم مستعار، في حين 29.09% منهم يفضلون عرض الاسم المستعار فقط، بينما يفضل الباقي اي 27.27% عرض الاسم الحقيقي، يعكس هذا التباين اختلاف مواقف المستخدمين من خصوصية هويتهم على الشبكة و التمييز بين الوجود الافتراضي و الوجود الاجتماعي، لان الهوية الإلكترونية تبني سمعة المستخدم على الشبكة و الردود المستهجنة قد تفقده ثقة أصدقائه، وقد تكسبه احترامهم لكن إذا التزم بالنموذج الهوياتي الذي تدافع عنه المجموعة و الذي تنسجه من خلال ردود الأفعال و التعليقات ...، هنا تبرز وجهة نظر (جوفمان) في "تمسح الذات في الواقع الاجتماعي"، فغموض الوجود الافتراضي يعكس تخوف المستخدم من عرض ذاته الفاعلة على الشبكة و تخوفه من ردود المجتمع الافتراضي، كما يعكس إحدى الآليات المستخدمة للدفاع عن الذات في الفضاء الافتراضي، كما تعكس الفئة الأخيرة وجود فئة من الشباب يعرضون هويتهم الحقيقية و يطورون عبر الفضاء الإلكتروني علاقاتهم على هذا الأساس².

¹ - المرجع نفسه، ص 29.

² - بييمون كلثوم، تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الإلكتروني والممارسة الواقعية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 21، جامعة محمد بوضياف- المسيلة، 2016، ص 25.

- التعرف على الجنس الآخر أحد أهم أسباب تعدد الهويات للمستخدم:

نرى من خلال ما سبق من إجابات المبحوثين، أن أحد أهم دوافعهم لفتح أكثر من حساب واحد على موقع واحد، خاصة باسم "أنثى" للذكور، يرجع إلى تسهيل ربط علاقاته مع الجنس الآخر إما من باب الترفيه أو الشروع في بناء علاقات جدية، وهذا يرجع في اعتقادنا إلى:

- ✓ أن الإناث يميلون إلى ربط علاقات مع أقرانهم من نفس الجنس على حساب الذكور.
- ✓ أن كل المواقع لا يمكنها من التأكد من صحة الهويات.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: أكدت دراسة قام بها أحد الباحثين الفلسطينيين حول عادات وأنماط استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي على عينة مقدارها 743 مفردة، حيث أن هناك أثر للجنس على الدوافع وأنماط الاستخدام في حالات محددة لصالح الإناث في موضوعات الثقة في إنشاء العلاقات، فالإناث لا يبنون علاقاتهم في الغالب إلا مع من يثقون بهم، وهو السبب الذي يجعل الذكور في الغالب ينتحلون صفة الإناث في بعض الأحيان بغرض بناء هذه العلاقات الافتراضية¹.

- التحول من الهروب الاجتماعي إلى الهروب الافتراضي:

تحدث علماء الاجتماع والاتصال كثيرا عن فكرة الهروب الاجتماعي، معتبرين احد دوافع تعرض الأفراد لوسائل الإعلام هو تحقيق الهروبية من الواقع، ونرى بان هذه الظاهرة قد انتقلت فعلا للفضاء الافتراضي، فالمبحوثون الذين أغلقوا حساباتهم الشخصية في هذه المواقع وقاموا بفتح أخرى، كان سببهم في ذلك الهروب من علاقات افتراضية فاشلة، أو تعرضهم للقرصنة بدرجة أقل، وحتى يحس الفرد بأنه أكثر أمانا وارتياحا في استخداماته، ينبغي له أن يجد الفضاء المناسب في جميع تفاصيل هذا الفضاء (الأصدقاء، المنشورات، الصفحات، المجموعات...)، وإن أحس الفرد بفشله في تحقيق ذلك، يسارع فورا لتغيير حسابه، كنوع من الهروب من الفشل الذي وقع أو وقع فيه، لكن ما غير هذا الهروب هو أنه هروب هوياتي وليس هروبا وسيطيا، فيظل يستخدم نفس الموقع لكن بهوية جديدة، مع الحفاظ على عادات الاستخدام أو التعديل فيها.

- التفاعل لا يزال مغيبا:

لقد كانت أحد أبرز دوافع المبحوثين لاستخدام هذه المواقع، هو خلق حالة من التواصل بينهم وبين أصدقائهم عبر هذه المواقع، بأي طريقة كانت، إلا أننا من خلال ملاحظتنا للطابع الاستخداماتي للعينة المبحوثة، وجدنا بان هنالك خلطا بين التعارف والتواصل، وحتى وإن كان هناك تداخل كبير بينهما باعتبار أن الأول جزء من الثاني، إلا أن هناك الكثير من الأصدقاء الموجودين عبر حساباتهم الشخصية لا يتحدثون معهم إلا نادرا في بداية العلاقة فقط

¹ - إياد البلعوي، عادات وأنماط استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي، مجلة الروافد الفكرية، العدد 20، الأردن، 2015، ص 18.

مثلا، في حين أن من الأصدقاء من لم يتحدث معهم إطلاقا، إذا الفعل التواصل يظل غائبا في الكثير من الممارسات الاستخداماتية لعينة دراستنا، الأمر الذي يستدعي التفرقة بين المصطلحين لضبط الممارسة أكثر عبر هذه المواقع، فالمبحوثون إذا نظرنا لعدد أصدقائهم أو المتابعين لهم، لوجدناه عدد كبير جدا، مقارنة بالقلة التي يتواصل معها بشكل متكرر عبر هذه المواقع.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: حيث تؤكد الباحثة (ثرثيا السنوسي) في بحثها المعنون بـ "الاستعمالات الاتصالية التفاعلية عند الشباب العربي قبل 2011 الشباب في تونس نموذجاً"، أن عنصر رجوع الصدى والذي يعتبر أحد العناصر المميزة للاتصال، والذي يسمح للمتلقى بأن يرتقي إلى درجة المستقبل النشط والفاعل والمتفاعل في العملية الاتصالية، يبقى هامشيا ومغيبا عند جزء كبير من العينة، ففعل التفاعل عندها مشروط بنوع من الأخبار التي تنجح في شد انتباه المتلقي الافتراضي، إذن يبقى المستعمل الافتراضي الشاب في تونس، حسب أفراد العينة، قارئا مستهلكا و متمسكا بالمفهوم التقليدي للمتلقى وهو مستخدم رقمي مبتدأ لا يزال في خطواته الأولى. فالباحثة بهذه الاستنتاجات، تفر بأننا لازلنا بعيدين عن الخوض في موضوع الوراثة الاستعمالاتية use Genealogy of التي جاء بها (جوي)، وتعني الوراثة الاستعمالاتية: " مجموعة العادات المتجذرة والمتأصلة للاستعمالات الخاصة بالتقنيات الحديثة للاتصال، تكون قد ورثتها العينة من استعمالات وعادات قديمة لتقنيات اتصالية تقليدية (وسائل الاعلام المرئية والمسموعة).¹

- الاهتمام الواقعي ينعكس افتراضيا:

من المعروف أن الاهتمام هو الذي يدفع بالفرد إلى السلوك قولاً أو فعلاً، وافتراضيا إما نشراً أو إعجاباً أو مشاركة أو ممارسة تواصلية بصفة عامة، ومن خلال ملاحظتنا وجدنا بأن اهتمامات الشباب الواقعية والتي تدخل ضمن أولوياته الحياتية، تنعكس افتراضيا، من خلال حرصه على تتبع كل ما يتعلق بهذه الاهتمامات من جديد، بالإضافة إلى المساهمة بأي فعل ممارستي استخداماتي في هذه المواقع، كنوع من تجسيد هذه الاهتمامات أو اطلاع الجمهور عليها على الأقل، وذلك نتيجة الأسباب التالية:

- ✓ اعتبار الشباب أن هذه المواقع ملكية خاصة ومساحة حرة للتعبير عن آماله وطموحاته.
- ✓ الشباب يحاول من خلال هذه المواقع أن يخلق جواً تواصلياً لتبادل الآراء حول هذه الاهتمامات.

¹ - ثريا السنوسي، تكنولوجيا الاتصال ومسألة الاستعمالات: المقاربات النظرية والتغلغل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 90 - 91.

كما أن الاهتمام بالكثير من المواضيع في هذه المواقع يعكس غالباً التخصص والدور الاجتماعي الذي يلعبه الشاب في المجتمع، فوجدنا أن جزءاً معتبراً من العينة المبحوثة يقوم بالنشاط عبر هذه المواقع في المواضيع التي تدخل ضمن إطار تخصصه العلمي أو المهني، بالإضافة إلى تناسبها مع دوره الاجتماعي.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: نجد الكثير من الاختلافات التي تربط بين الاهتمامات الواقعية وتلك التي توجد في العالم الافتراضي، وهي انعكاس لتعدد الآراء حول تفسير العلاقة الارتباطية بين المجتمع الواقعي والمجتمع الافتراضي، فقد انقسمت آراء الباحثين إلى ثلاثة آراء حول هذا الصدد، الرأي الأول: الذي يتبناه مجموعة من الباحثين أمثال (ايليكنز)، يرى أنه من الطبيعي مع هذا التطور التكنولوجي أن ينشأ المجتمع الافتراضي الذي يعتبر فرعاً صغيراً من المجتمع الواقعي ولا يغني عنه. أما الرأي الثاني: الذي يتبناه مجموعة من الباحثين أمثال (ألكسندر) Alexander، و(لوكارد) Locard ويرى أن انغماس الفرد في مجتمع الفرد يجعله أكثر بعداً عن الآخرين في المجتمع الواقعي، ويجعله محصوراً مكانياً في مكان تواجد الإنترنت، ويخلق نوعاً من الفردية مع ذاتهم عبر الإنترنت (Solitary Mode)، مما يجعل الأفراد أكثر تركيزاً مع ذاتهم عبر الإنترنت، ويصبح التواصل بين الأفراد مرتبطاً بالشخصية والذات أكثر من التواجد بالجسد. الرأي الثالث: الذي يتبناه باحثون أمثال (ويليمان) Welman و (دامر) Damir ويرى أن المجتمع الواقعي، والمجتمع الافتراضي مجتمعان مكملان لبعضهما البعض، وهناك تفاعل واعتمادية بينهما، فالفرد يمكنه أن يتعرف على أشخاص جدد عبر الإنترنت، ويطور هذه العلاقات في المجتمع الواقعي، والعكس صحيح، حيث يساعد مجتمع الإنترنت في تقوية العلاقات بين الأفراد في المجتمع الواقعي¹.

- الاهتمامات المشتركة والمتنوعة:

لقد وجدنا بأن الشاب يسعى في بناء علاقات تتفق مع اهتماماته، ويكون بينها قاسم جامع مشترك، وهذا هو المعيار الأول لتحقيق التعارف في حالة عدم معرفة الآخر، لكنه في نفس الوقت يؤمن بالتنوع الاهتماماتي بدرجة أقل، وكشرط لبناء علاقات جديدة أو تعزيز القديمة منها، في هذا الوسط الافتراضي، ولعل ذلك يرجع إلى:

- ✓ الفرد يميل إلى التشابه أكثر من الاختلاف في بناء أي علاقة واقعية أو افتراضية.
- ✓ قبول أفراد لا يتقاسمون مع المبحوث نفس الاهتمامات، يكون إما فضولاً لمعرفة الأخبار والجديد حولهم، أو قصراً اجتماعياً من باب معرفته لهم في الواقع، أو عاملاً مقارناتياً يقارن فيه المستخدم بين اهتماماته واهتمامات مستخدمين آخرين.

¹ - إيهاب أبو سمرة، مقارنة لفهم الواقع الافتراضي، مجلة مستقبلات، سبتمبر 2016، الأردن، ص 83.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: أنه من البديهيات في تكوين الجماعات ضرورة وجود الاهتمامات المشتركة كأحد عوامل تشكل هذه الجماعات، لكن الجماعات الافتراضية إضافة إلى ذلك، فإن العالم المفتوح واللامحدود من العلاقات يجعل عنصر الاهتمامات يقل حضوره مقارنة بالأولى، وينبغي الإشارة هنا إلى ضرورة الانتباه إلى دراسة العلاقات الاجتماعية في هذه الشبكات وهذا ما يذهب إليه كل من (واسرمان و فوست) في كتابهما: "تحليل تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي" فالشبكة الاجتماعية هي مجموع العلاقات بين الكيانات الاجتماعية (الأفراد)، ويمكن أن يقتصر الاتصال بين هؤلاء الأفراد على علاقات الصداقة، استشهادات ببيولوجرافية، وتكون هذه المصادر رسمية أو غير رسمية، ملموسة أو غير ملموسة. ومن أجل تحليل الشبكات الاجتماعية يرى الباحثان أيضاً ضرورة التركيز على ثلاثة مفاهيم أساسية هي¹:

- الفواعل وأفعالهم ككيانات مستقلة.
- بيئة توفر فرصاً للاعبين وتمارس ضغوطات على أفعالهم الفردية.
- الهياكل الاجتماعية و السياسية والاقتصادية التي لها تأثير في طبيعة العلاقات بين اللاعبين.

- الهروب الاجتماعي كأحد دوافع الشباب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

من المعلوم أن مرحلة الشباب هي المرحلة التي يخرج فيها الفرد من راحة الحياة وعدم تحمل المسؤوليات فيها، إلى مرحلة معاكسة تماماً مليئة بالمسؤولية والمهام، وعليه فالشباب يبدأ حينها بمواجهة الضغوط الجديدة التي تبدأ أمامه كرهانات ينبغي تجاوزها (العمل، الزواج، النجاح...)، ونتيجة لعدم قدرة تحمله في الكثير من الأحيان يلجأ الشباب إلى استخدام هذه المواقع كمتنفس حياتي يساهم في خلق نوع من الراحة لديه، وهذا هو الهروب الاجتماعي، وهنا ينبغي الإشارة إلى النقاط التالية:

- ✓ استخدام هذه المواقع في المواضيع الترفيهية يساعد الفرد في التقليل من ضغوط الحياة.
- ✓ الهروب الاجتماعي في الكثير من الأحيان يحمل طابعاً سلبياً، لأنه يدفع بالفرد إلى التخلي عن التزاماته.
- ✓ الهروب من المجتمع والهروب من الوسط الافتراضي، ذات علاقة تبادلية، فهناك جهة أخرى من المستخدمين لهذه المواقع، يحتاجون في الكثير من الأحيان للعودة إلى التعايش مع واقعهم الحياتي هروباً من سطوة التقنية عليهم.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: تتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصل إليها الباحث (منصور تحسين) في دراسته دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الجامعي الأردني والتي كانت تهدف إلى

¹ - مهدي سامية، مواقع الشبكات الاجتماعية: قراءة في سوسيولوجيا الاستخدام، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي، العدد 20، ديسمبر 2016، ص 165.

التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني مع التطبيق على شباب جامعة اليرموك، وبيان الفروق في تحقيق الاحتياجات تبعاً لبعض المتغيرات الديموغرافية والوظيفية. حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من 286 فرداً من طلاب جامعة اليرموك ليتوصل أن من حاجيات الفرد لاستخدام هذه المواقع هي الحاجات إلى الهروب من الواقع¹.

- التماس المعلومات أبرز الدوافع الاستخدامية:

يحتاج الشباب كبقية أفراد المجتمع، إلى كل المعلومات التي من شأنها أن تجعله على دراية بمحيطه، ولا نقصد بالالتماس المعلوماتي المضمون الجاد أو الأخبار فقط، وإنما قد يتعدى الأمر - وهو في واقع الحال - إلى المواضيع الترفيهية، ويرجع ذلك للأسباب التالية:

- ✓ أصبحت هذه المواقع المصدر الأساسي للمعلومة لدى هذه الفئة خاصة.
- ✓ دخول الكثير من المؤسسات الإعلامية لهذا الوسط، سمح للمستخدمين لمتابعة أخبارها عبر هذه المواقع.
- ✓ أن المعلومة أصبحت منساقاً إليه في غالب الأحيان، فالمستخدم في بعض الأحيان يدخل لهذه المواقع ولا يعلم ما هي المعلومات التي يريد التفاصيل عنها، ليصادف بذلك غزارة من المعلومات تجعله أمام بدائل معلوماتية، تسمح له باختيار ما يريد التماسه من معلومات.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: تتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة (إبراهيم قائد احمد) حول استخدامات الطلبة اليمنيين للفيديوك والإشباع المتحققة منه فكانت الدوافع المعرفية هي أعلى الدوافع التي قادت إلى استخدام الطلبة إلى الفيديوك².

- الدوافع الظاهرة والدوافع الخفية:

من خلال ما سبق في تبيان دوافع العينة المبحوثة لاستخدام هذه المواقع، وجدنا بأن هناك دوافع واضحة وهي التي تم ذكرها، وصرح بها المبحوثون في أغلب إجاباتهم، إلا أن هنالك دوافع خفية ترتبط أساساً بهاجس الجنس وبناء علاقات مع الطرف الآخر، وهذا ما لاحظناه في استخدامات الكثيرين من هذه الفئة، بالإضافة إلى دوافع أخرى قد تستبطن المستخدم الشاب ويمنعه أحد الأسباب من التصريح بذلك، وتقسيماً للدوافع كان بناء على:

- ✓ انطلاقاً من أنه لا يمكن اعتبار كل إجابات المبحوثين وملاحظتنا لهم، تعبير عن تفاصيل واقعهم، وإنما هي جزء من ذلك لتداخل الكثير منها، وعدم ظهورها بشكل واضح لدى المبحوث.
- ✓ أن المبحوثين يتعدون بعض الطابوهات الاجتماعية بسرية تامة.

¹ - منصور تحسين، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الجامعي الأردني، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد 07، الجامعة الأردنية، 2014، ص 18.

² - المرجع نفسه، ص 26.

- ✓ أن الشباب قد يمارس سلوكيات استخداماتية، لكنه يجب أن يحتفظ بها لنفسه، دون اشراك الآخر.
- ✓ أن المنشورات في بعض الأحيان لا تعكس الدوافع الخفية للاستخدام.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: إن تقسيم الدوافع لظاهرة وخفية كان قد تكلم عنها (فرويد) في نظريته للتحليل النفسي، وادراكه لأهمية الجنس في تحريك الدوافع الخفية، باعتباره أحد أبرز هذه الدوافع، إلا أن مجتمعاتنا بما تمتاز من سلطة ضبئية اجتماعية تمثلها المؤسسات الرسمية وغير الرسمية، نجد أن الشباب يعمل على إخفاء ذلك¹.

- حب إبراز الذات أكثر المضامين حضوراً:

كانت المواضيع الأكثر حضوراً في هذه المواقع (خاصة الانستغرام واليوتوب منها) تعمل على اظهار الذات وابرار جميع تفاصيل الحياة اليومية للمستخدم، فشباب العينة المبحوثة، يلجأ إلى هذه المواقع حتى يقوم بنشر صورته الخاصة، وكل ما يخلجه من أفكار وآراء حول مختلف المواضيع، ومن جهة أخرى فإن المواقع لإدراكها لأهمية هذه المحتويات فقد أضافت لخصائصها حتى النقل المباشر لجميع تفاصيل حياة المستخدم، وسبب انتشار هذا المضمون بين الشباب يرجع للأسباب التالية:

- ✓ أن مرحلة الشباب تتميز بحب الظهور أكثر من المراحل الأخرى.
- ✓ أن مرحلة الشباب هي مرحلة الابداع والتنافس في مجال المهارات والامكانات.
- ✓ ان كثرة الاستخدام تجعل عندهم رغبة في تجميع حساباتهم ونشر كل جديد عنهم.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: يبدو الفيسبوك أداة تحويل كل من المعارف والمقربين والآخريين غير المعروفين إلى جمهور للعروض الذاتية التي تتسم بالفردانية... قد يمثل العرض الذاتي الجماهيري على مواقع الشبكات الاجتماعية واحدة من الطرق التي يقوم بها الشبان اليوم بتفعيل القيم المتزايدة للحصول على الشهرة والاهتمام². وذكر موقع ساينس ديلي الأمريكي أن الباحثين في جامعة جورجيا وجدوا أن ال 526 مليون منتسب لفيس بوك الذين يزورون الموقع يومياً، قد يعززون بذلك تقديرهم وحبهم للذات³.

- المضامين الترفيهية حاضرة بقوة في استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

تتمتع المضامين الترفيهية بنسب استخداماتية مرتفعة في جميع وسائل الإعلام، وهو الأمر نفسه بالنسبة إلى استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، فمن خلال مقابلاتنا مع المبحوثين وملاحظتنا إياهم لاستخداماتهم

¹ - سيموند فرويد، مدخل إلى التحليل النفسي، تر: جورج طرايشي، دار الطليعة، بيروت، 1989، ص ص 19-23.

² - سوزان غرينفيلد، تغير العقل: كيف تترك التقنيات الرقمية بصماتها على أدمغتنا، تر: إيهاب عبد الرحيم علي، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2015، ص 87.

³ - يومية الخليج <http://www.alkhaleej.ae/supplements/page/d2035f2f-4097-4862-8726-4bf27398f536>

لهذه المواقع وجدنا بأن المضامين الترفيهية حاضرة على اختلاف شكلها الحضور في هذه الاستخدامات، ولعل الأمر يعود إلى:

✓ هذه النقطة لديها علاقة بالنقطة السابقة حول حاجة المستخدمين الشباب للترفيه كأحد آليات الهروب الاجتماعي.

✓ أن غالبية المضامين التي يجدها الشباب في الصفحات والمجموعات تتركز على الجانب الترفيهي.

✓ الاستخدام الواسع لهذا النوع من المضامين أثر سلباً على المضامين الجادة.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: نجد بأن الإحصاءات المقدمة لدراسة المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي الذي يستهوي الشباب، والتي بينها سابقاً في الإطار النظري، تؤكد صحة ما نذهب إليه، في غلبة المحتوى الترفيهي على بقية أنواع المحتويات الأخرى.

- مواقع التواصل الاجتماعي فضاء للتمرد، التهكم، والسخرية:

ما يمتاز به المضمون الغالب في مواقع التواصل الاجتماعي، انه يحمل طابع التمرد على مختلف النظم الاجتماعية والثقافية والاقتصادية - إلا الدينية منها -، متناولاً إيها بنوع من التهكم والسخرية، وكأنه يعاود أن يدمج صحافة السخرية في هذه المواقع، وهذا نتيجة لما يلي:

✓ خصوصية المرحلة التي يمتاز بها الشباب بالتمرد على كل ما هو قائم.

✓ الكتابات الخاصة بالسخرية والاستهزاء والتهكم، تجد قبولا وانتشاراً في أوساط المستخدمين، وهو ما يجعل الشباب يتجه نحو هذا القالب المضاميني.

✓ أن الشباب يحاول ضمناً التعبير عن همومه وآماله، فيلجأ إلى المضامين الداعية إلى التمرد بنية التنفيس عن وضعه، أو العمل على الدعوة لتحسينه بطريقة غير مباشرة.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: يرى (إيهاب خليفة) في كتابه "حروب مواقع التواصل الاجتماعي"، ان هذه المواقع ساعدت على التمرد في الشكل الرسمي له (اجتماعات، مظاهرات...)، وكذلك في غير الرسمي، من خلال التمرد في بعض الأحيان على الأعراف والعادات والتقاليد، إضافة إلى ذلك أن انتشار السخرية والتهكم قد عرف انتشاراً واسعاً خاصة في أوساط الشباب بعد ظهور هذه الشبكات¹.

¹ - إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 69.

- أشكال رجوع الصدى الجديدة: المشاركة، التعليق، والإعجاب:

لقد أكدت الدراسات التي اهتمت بتحليل العملية الاتصالية وتفسيرها داخل السياق الاجتماعي، بنقطة مهمة تمايزية، تميز مفهوم الاتصال عن بقية المفاهيم الأخرى، وهي رجوع الصدى، فرجع الصدى الذي كان سائدا في الاتصال المواجهي أو الشخصي المتمثل في تبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي - والذي هو حاضر في مواقع التواصل الاجتماعي - وكذلك المحاولات الاسقاطية لهذا المفهوم في عمل وسائل الإعلام (من خلال قياس عدد المشاهدات، ودراسات التأثير لمحتويات إعلامية معينة...) كنوع من رجوع الصدى، إلا أن هذه المواقع قد أوجدت صيغة رجعية جديدة للصدى متمثلة في المشاركة والتعليق والإعجاب، وهي خصائص تمكن المرسل في هذه المواقع قياس التفاعل مع ما ينشره، حتى تلك الرسومات والتعبيرات التي تدخل في هذا السياق هي نوع من رجوع الصدى في هذه المواقع، ورغم ان الصيغة المثالية للترجيع متمثلة في الاتصال المواجهي باعتباره النموذج الأسمى للعملية التواصلية، إلا أن هذه الصيغ الجديدة للترجيع تمثل نموذجا جديدا فرضته هذه المواقع، بالإضافة إلى التواصل الدردشي الذي يشكل اتصالا وسيطيا مواجهيا يتبادل فيه الأدوار بين المرسل والمتلقي، وما يميز هذا التفاعل أنه تفاعل تجميعي، فالمستخدم يستطيع أن يقوم بالمشاركة مع التعليق والإعجاب.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: كشفت الدراسة السابقة التي أقامتها الباحثة (ثريا سنوسي) أن شكل التفاعل الغالب في عينة بحثها يكون من خلال المشاركة أو التعليق أو الإعجاب¹.

- المؤسسات الرمزية والأدوار الافتراضية:

أسست هذه المواقع لمؤسسات رمزية (مجموعات، صفحات...)، قائمة في حد ذاتها، هذه المؤسسات لديها جمهورها والقائمين عليها بشكل يوازي المؤسسات الواقعية، حيث أنها فتحت ادوارا وظيفية في هذه المؤسسات (المشرفين...) خاصة ضمن المجموعات المغلقة والصفحات الخاصة التي يتحكم في توجيهها قله فقط من المستخدمين أو مستخدم واحد، ويولد الاستخدام الجماعي لهذه المجموعات والصفحات، مواضيع لتنشيط السلوك الاتصالي لمستخدمي هذه المواقع وإحداث التفاعل بينهم، لكنه يرتبط ارتباطا وثيقا بالقوة التي يملكها مسيرو هذه المجموعات أو أصحاب هذه الصفحات، حتى أن استغلال هذه المجموعات والصفحات قد نتج عنه لأصحابها عوائد مالية معتبرة، وهنا ينبغي الإشارة إلى النقاط التالية:

✓ أن هذه المؤسسات الرمزية تختلف عن المؤسسات الواقعية في العديد من المناحي الشكلية والوظيفية.

✓ أن الأدوار في هذه المؤسسات لا تتعدى المشرف والمستخدم العادي.

1- ثريا السنوسي، تكنولوجيا الاتصال ومسألة الاستعمالات: المقاربات النظرية والتغلغل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 87.

✓ أن الحرية الاستخداماتية في هذه المجموعات تبقى مرهونة بالقوة التي يملكها أصحابها.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: الباحث (مظفر الرزق)، قد تحدث في كتابه: "التواصل الاجتماعي جماعته المتخيلة" حول خصائص المجموعات كمؤسسات رمزية والأدوار قائلاً: "إن الحياة الافتراضية تعكس أحياناً كثيرة حياة الفرد والجماعة والمجتمع عموماً، ذلك أن مبرجى هذا النوع من التقنيات يحاولون محاكاة الواقع الفعلي قدر المستطاع، غير أنهم وبسبب توفر الأدوات التكنولوجية والطبيعة الرقمية للحياة الافتراضية أتاحوا للمستخدم تقمص أدوار ومراكز اجتماعية مختلفة في بعض الأحيان اختلافاً كلياً عن الواقع، بل أنها تمكن من تقمص النقيض، وهي بذلك تبني شخصيات وهمية خادعة"¹.

- قادة الرأي الجدد

رأينا من خلال مقابلاتنا مع المبحوثين وملاحظتنا إياهم، أن بعضهم لديهم حساب في موقع اليوتوب ولديه متابعين أكثر بل على العكس يعتبرون أنفسهم كمصادر للتعليم والتأثير في الكثير ممن يشاهدونهم، بالإضافة إلى ذلك فإن بعض المبحوثين مدمنون على تتبع الكثير من الصفحات التي يملكها مجموعة من الأشخاص (خاصة الذين يتأثرون بهم في العالم الواقعي)، وللوقوف على خصائص هؤلاء القادة الجدد نجد بأن هناك نوعين من قادة الرأي المسيطرين في هذه المواقع:

✓ قادة الرأي الواقعيون: وهم القادة الذين ينشطون في الواقع الاجتماعي المعيش.

✓ قادة الرأي الافتراضيون: وهم قادة ينشطون عبر هذه المواقع وذاع صيتهم ليتحولوا من قادة رأي رمزيون، إلى قادة رأي يمارسون تأثيراتهم القيادية على آراء الشباب في الواقع.

ومن خلال مراجعة التراث النظري: أكد الباحث (معتصم بابكر مصطفى) في كتابه: "أيدولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام" بان هذه الشبكات سمحت ب بروز قادة رأي عام جدد لهم منابهم الإعلامية وتقنياتهم الخاصة لحشد الجماهير وتعبئة الأفراد².

¹ - مظفر الرزق، التواصل الاجتماعي جماعته المتخيلة، مرجع سبق ذكره، ص 118.

² - معتصم بابكر مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 96.

II. تمثيلات الشباب للقيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي:

1. تحليل مقابلات المبحوثين:

المبحوث الأول:

تمثل المبحوث للقيمة المركزية التواصل:

من خلال مقابلتنا للمبحوث فقد وضح لنا بأن مفهومه للتواصل لا يتعدى أن يكون حديثا بين شخصين أو أكثر لتحقيق أهداف محددة، ويتجسد هذا المفهوم في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الخاصيات التي تمنحها هاته المواقع لمستخدميها من خلال الدردشة والتفاعل مع المنشورات بالإضافة إلى المكالمات الهاتفية الفيديوية، وقد كشف المبحوث بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدته في الحصول على علاقات جديدة تعرف عليها في هذا الفضاء، وذلك بغرض التعارف وتوسيع قاعدة المعارف ليكون الاشتراك الاهتماماتي أحد أهم معايير المبحوث لقبول أو طلب صداقات جديدة، ويفضل المبحوث استخدام كل الطرق المتاحة عبر هاته المواقع للتواصل والكتابة، الصور، الرسائل الصوتية، والفيديو، أما فيما يخص التزاماته بأخلاقيات التواصل في هذه المواقع، فقد أكد على أنه يرد على الرسائل كلما تلقى رسالة من الطرف الآخر معبرا ذلك من أدب الاستخدام، أما التفاعل مع الأحداث التي تهم الأصدقاء فإنه كشف أن ذلك يحدث نادرا إعتبار أن ما ينشره الأصدقاء لا يرقى غي غالب الأحيان للتفاعل معه، وإن حدث ذلك فمن باب المجاملة فقط، ويؤكد المبحوث أن في ذات الإطار المتعلق بأخلاقيات التواصل عبر هذه المواقع بأن المبادرة في الحديث والسؤال من صفاته والتي يسعى دائما لاستخدامها للحفاظ على هذه العلاقات عبر هذه المواقع، وقد أوضح المبحوث بانه يؤمن بالاختلاف في الرأي حسب المواضيع المطروحة للنقاش وهناك من المواضيع _حسبه_ خاصة به ولا تعطي مجالاً للنقاش إلا بعض المستخدمين الذين تحركهم دوافع نفسية واجتماعية أخرى، لكن في الوقت ذاته هناك مواضيع يقوم باقتراحها للنقاش ... على توفير فضاء للجدال لها غلا أنه في الكثير من الأحيان تنتهي هذه النقاشات بحذف المنشور لتدني مستوى النقاش وخروجه عن أخلاقيات الحوار، وفي سياق آخر أوضح المبحوث أنه حين يريد ان ينشر منشورا معيناً ينبغي أن يحس بان بقية المستخدمين الذين يشتركون معه يتفاعلون مع المنشور بكل الخصائص التفاعلية المتاحة، وفي حين تحقق ذلك يحس فعلا أن منشوره قد لقي ميولا ورضا اجتماعيا، بل بالعكس يتعدى الأمر للمباهاة بين أقرانه في العالم المعيش بعدد الإعجابات والمشاركات والتعليقات موظفا المبحوث التواصل غير اللفظي من خلال استخدام الإشارات والرموز التي توفرها هذه المواقع للتعبير عن التفاعل والحالات النفسية أو الظرفية (زمانا ومكانا).

مجالات القيمة المركزية:

المجال الذاتي:

الهوية: فقد وضح المبحوث بان استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي قد ساعده قد ساعده في الارتباط بالواجبات الدينية وأخلاقياته في الكثير من الأحيان مفندا تعرضه لأي موقف اتصالي عبر هذه المواقع بدعوة للتخلي عن الدين عقيدة، ولكن في الوقت ذاته مؤكدا أنه يتعرض بكثرة للمحتويات التي تتنافى مع الدين الاسلامي، ويستخدم المبحوث اللغة الفايسبوكية باعتبارها لغة تكتسي طابعا اتفاقيا بين كل المستخدمين ويسهل فهمها، ولا تأخذ اللغة العربية الفصحى حيزا من تفاعلاته لكن تتمظهر هذه اللغة في بعض منشوراته خاصة التي يقوم بنسخها من مصادر أخرى، وعن استخدامه لهذه المواقع بغرض الارتباط بالعادات والتقاليد فقد كشف أن العادات والتقاليد التي تكون ذات بعد أخلاقي (التعاون، الكرم...) من خلال ما ينشر في هذه المواقع إما من طرفه أو من طرف بقية المستخدمين، أما التقاليد الأخرى فكثيرا ما كانت تقابل بنوع من التهكم والازدراء من طرف الفاعلين في هذا الوسط.

الحرية فالمبحوث يفهمها على أنها فعل أي شيء دون قيد، وهو ما يراه يتجسد في هذه المواقع من خلال حرية النشر والاستخدام وتكوين الصداقات والتفاعل مع الآخر، مؤكدا في ذات السياق أنه صادف العديد من المضايقات النفسية مثل التأكد من هويته بشكل آمن...، ومضايقات اجتماعية من خلال الرفض والاستهجال الذي قد يلقاه من بقية الفاعلين.

أما الخصوصية فيتخذ مفهومه لها بأنها كل شيء خاص به ويملكه، وفي المجال الثقافي كل ما يميزه عن بقية المستخدمين الذين لا يشتركون معه في الخصائص الثقافية، ويرى المبحوث أن حسابه في هذه المواقع ملكه وحده نافيا تعرضه سابقا للقرصنة من أي جهة كانت لمحاولة التعدي على خصوصيته، موضحا بأنه لا يشارك مع العامة كل البيانات بل هناك بيانات يخفيها وحتى التي يظهر بعضها فهي غير صادقة وذلك يرجع _حسبه_ إلى عدم ثقته في أغلب المستخدمين وأن هذه المواقع تقوم بالكشف عن أسرار الخاصة دون قيد أو حد، مؤكدا بأنه لا يمكن أن يعطي معلومات حسابه السرية لأي شخص مهما كان لأن هناك من التفاعلات الخاصة والمضامين الدردشية التي لا يمكن اللجوء إليها، نافيا إقامة علاقات خارج حدود الجزائر جغرافيا حتى وإن حصل ذلك فهو لا يهدد ثقافته حسب اعتقاده.

وفي مجال الزمان والمكان

أكد المبحوث أن استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي قد استحوذ على كل وقته الأمر الذي جعله يهمل العديد من المهام الوظيفية الأخرى (الدراسة...). في الكثير من الأحيان، مؤكداً بأن نشاطه عبر المواقع يتغير بالسرعة من خلال نقله العديد...، حيث يرى بأنه في بعض الأحيان قد لا يكفيه وقت الاستخدام للقيام بكل النشاطات التي يريدتها عبر هذه المواقع نافية أن يحاول بمحض إرادة استذكار بعض الأحداث في منشوراته لكن من قبل ذلك، هو موقع الفيسبوك مثلاً من خلال خاصية الذكريات التي يوفرها لمستخدميه أما عن الأماكن التي يلاحظها بشكل مستمر فقد وضع بأنها الأماكن التي تقترب منه محلياً ووطنياً بالإضافة إلى الأماكن التي يرغب في زيارتها، أما عن الأماكن التي ينشرها عبر حسابه..... بالإضافة إلى استعمال الخيال والإبداع في رسم بعض الأماكن، وعن تحديث حسابه فقد كشف بأنه يقوم بذلك بشكل دوري تحديثاً فنياً وعلائقياً، الأول يتعلق بالاستفادة بكل ما هو جديد من خصائص، والثاني من خلال استبعاد قئمة الأصدقاء والمشاركين بشكل دوري.

وعن القيمة الأصلية الحياء:

كشف المبحوث بأنه يفهمها على أنها الامتناع عن فعل الشيء خوفاً من شيء ويرى بأن مدلول هذه القيمة قد تغير فالكثير من المعطيات تبدلت بفعل الزمن وأصبح الإنسان يفعل ما كان محظوراً في السابق على حسب رأيه، معبراً نفسه بأن في استخدامه لهذه المواقع يلتزم هذه القيمة خاصة في المنشورات مستحياً بذلك من الأصدقاء والعائلة وكل المعارف القريبة منه إلا أن درجة التزامه هذه القيمة في مضمون المحادثات التي تتم عبر هذه المواقع.

المبحوث الثاني:

تمثل المبحوث القيمة المركزية التواصل:

فإنه يفهمها على أنها القدرة على الاقناع والتفاهم، ويتجسد هذا المفهوم عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الحوارات الافتراضية والمناسبات اليومية التي تجمعها مع مختلف المستخدمين، وقد ساعدته هذه المواقع على بناء علاقات جديدة بالإضافة على تلك التي كان يعرفها سابقاً، وذلك بدافع متابعة أخبار كل من يقاسمونه نفس الاهتمامات خاصة الوظيفية منها (البحث عن العمل)، أو تخصصهم العلمي، وبالنسبة للطريقة المثلى للتواصل عبر هذه المواقع فإنه يجذب الرسائل الصوتية والفيديو بالدرجة الأولى لأنه يعتبر حسب رأيه سهلاً وموصلاً للرسالة أحسن من الكتابة، لكنه يضطر في بعض الأحيان لاستعمال الكتابة وتبادل الصور، الأمر الذي يجعلنا ان نقول بأنه يستعمل كل الخصائص المتاحة للتواصل عبر هذه المواقع، وفي إجابته حول التزامه بأخلاقيات التواصل مع الآخر، فقد وضع

بأنه يرد على جميع الرسائل التي ترد إليه باستثناء الرسائل التي تأتي من أطراف مجهولة والتي تكون في الغالب ذات محتوى دعائي أو غير أخلاقي أو بهدف القرصنة أو الهادفة لنشر فيروسات محددة، والمبحوث وفي لتفاعلاته مع ما ينشره أصدقائه بل يعتبر ذلك من باب الدين عليه لأنهم هم يبادلونه نفس السلوك، لكنه يؤكد بأن المبادرة في الحديث والسؤال غالبا ما تأتي من طرف بقية المستخدمين وهذا ليس لشيء معين وإنما من باب إعطاء أهمية لذلك ضمن نشاطه التواصلي، وقد كشف المبحوث بأنه يؤمن بالاختلاف في الرأي حول ما ينشره على حساباته الخاصة بل يعتبر ذلك بمثابة تقويم وتقييم لما ينشره لكن شريطة أن يكون الجدل في جو أخلاقي مبني على أسس صحيحة بعيدة عن التعصب للرأي دون اعتراف بالآخر، والمبحوث حين نشره لأي محتوى عبر هذه المواقع ينتظر دائما رد الفعل من الجمهور لتعزيز ثقته بنفسه والعمل على تحقيق الرضا وهي كذلك من باب إشباع حاجة الاحترام إليه، منتظرا التفاعل مع ما ينشره تعليقا ومشاركة وإعجابا.

مجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية: والتمثل الذاتي الخاص بالمبحوث في مجال الهوية يرى بأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تساعده على الارتباط بدينه بل تبعده على ذلك فعلى الرغم من المحتويات التي ينشرها بقية المستخدمين إلا أنها تبقى رمزية فقط لا تتحول إلى سلوك واقعي إطلاقا على حسب تعبيره، وتشكا مواقع التواصل الاجتماعي مكانا للمنافسة بين المضامين الأخلاقية وغير الأخلاقية على حد سواء، بينما ينفي متابعتة أو تعرضه للصفحات المعنية بالأمر العقائدية، ويتواصل المبحوث في هذه المواقع بالدرجة على اعتبارها إنعكاس لاستعمالات اللغة في الواقع، مع تأكيده على استعمال اللغة العربية للنشر في بعض الأحيان وللإجابة على الأشخاص الذين يبادرون بالحديث بهذه اللغة بداية، وقد ساعدته مواقع التواصل الاجتماعي على الارتباط بالعادات والتقاليد (الاحتفالات، الأعراس، مأكولات...)، والعمل على نشرها بل وحتى استعراض الكيفية التي ظهرت بها سلوكا من خلال تصويرها أو الحديث عنها.

أما الحرية: فالمبحوث يفهم هذا المجال على أساس فعل كل شيء لكن في حدود، حيث يرى بأن هذا المفهوم يتجسد في استخدامه في مواقع التواصل الاجتماعي لكن مع إقراره بالمراقبة الضمنية لكل ما يدور في هاته المواقع من طرف جهات مختصة وحتى من أصحاب هذه المواقع أنفسهم، وقد أكد بأنه حر في نشر كل ما يريد، وو كذلك حر في تكوين علاقات مع من يريد دون فرض أو تقييد، موضحا في ذات السياق أنه يتعرض في بعض الأحيان لبعض

المضايقات التقنية ترتبط أساسا بطريقة استخدام المواقع مثل صعوبة الاستخدام أو عطب في خاصية محددة أو تغيير بعض منها.

وعن مجال الخصوصية وقد وضع المبحوث بأنها تعني له إمتلاك الشيء وعدم السماح لأي أحد المساس به، وفي المجال الثقافي تتمظهر الخصوصية أكثر لدى المبحوث حيث يعتبرها خطأ أحمر لا يمكن تجاوزه إطلاقا، وقد نفى المبحوث تعرضه للقرصنة من أي جهة كانت سابقا، كما أنه يشارك مع العامة البيانات المتعلقة باسمه وتخصصه الأكاديمي في حين لا يكشف عن سنه وعن حالته الوظيفية (لأنه بطال) وعن وظيفته الاجتماعية (أعزب أو متزوج)، وذلك لاعتقاده أن هذه الأمور خاصة من هو قريب منه هو على دراية بها ومن تربطه به علاقة عادية فلا أهمية له بهذه المعلومات، مؤكدا في ذات السياق أن معلومات الحساب سرية لا يمكن الكشف عنها مطلقا لأي شخص آخر ما يتم تداوله في حساباته فيما ما هو ظاهر (محتويات...) وفيما ماهو سري (خاصة العلاقات مع الجنس الآخر)، مؤكداً بأن تكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية لا يهدد خصوصيته الثقافية على الإطلاق.

المجال الزمني والمكاني:

فالمبحوث يرى بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد استحوذت على كل وقته لبل جعله وقته غير متزن بين الاستخدام التقني وبين الواجبات الاجتماعية، لكنه ينظر إليها من زاوية إيجابية في ذلك بحكم أنها تسد فراغا حياتيا كثيرا تعطل عن العمل، مبينا أن زمن الاستخدام يكفيه للقيام بالنشاطات التي يريدتها عبر هذه المواقع، وعن استذكاره للأحداث فأوضح بأنه هو من يقوم بذلك بالإضافة إلى الخاصية التقنية في الفاييسبوك، لكنه هو من يحاول في مرات عديدة التذكير بالمراحل الحياتية التي مر بها، وذلك حتى تتماشى نوعاً مع ظروفه التي يمر بها حالياً، وعن الأماكن التي يراها دائما هي الهياكل التنظيمية، إدارة مصانع... في إطار بحثه المتواصل عن العمل، أما عن الأماكن التي يعمل على نشرها فهي تلك المتعلقة بالطبيعة والجمال، ويقوم المبحوث بتحديث حسابه بشكل دوري خاصة من حيث شكل الحساب في المواقع (الألوان، السمات، الصور الشخصية...).

تمثلاته للقيمة الأصلية الحياء:

فقد وضع بأنها تعني له عدم فعل كل شيء سيء أو قبيح، ويرى بأن هذه القيمة قد تغير مدلولها لأن الناس قل عملهم بها نتيجة التكشف الحاصل وعدم الاحترام للآخر، أما عن نفسه فيرى بأنه يلتزم بهذه القيمة في حساباته من خلال الظاهر لكن بأي أمور أخرى تخرج عن دائرة الحياء ويقوم بها عبر هذه المواقع معبرا أن صفحاته وحساباته بمثابة واجهات له فلا يمكن إلا أن تظهر بصورة حسنة على حد تعبيره.

المبحوث الثالث:

تمثل القيمة المركزية التواصل:

بأنها على أنها تبادل الأفكار والمواقف مع الأفراد بغية تحقيق أهداف معينة، ويتجسد هذا المفهوم في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال أن المبحوث يعمل على التواصل مع الأفراد ممن يشتركون معه في نفس الخصائص، كما أن المبحوث يقوم بوضع عدة معايير تساعد في اختيار أصدقائه عبر هذه المواقع، ويرى المبحوث الطريقة المثلى للتواصل عبر هذه المواقع هي الصور والكتابة، كما أكد المبحوث على أنه يقوم بالرد على الرسائل لأنه يعتبر ذلك من باب الأخلاق، في حين مبادرته في السؤال والحديث لا يعير لها اهتماما، ومن جهة أخرى فإن المبحوث يؤمن بقضية الاختلاف في الرأي على مختلف المضامين المطروحة وذلك حسب طبيعة المواضيع حيث، يصاحب يصاحب ذلك جدال مع المستخدمين حول بعض المضامين، كما أكد المبحوث على أنه يولي اهتماما كبيرا لتفاعلات الأصدقاء سواء بالإعجاب أو المشاركة أو التعليقات.

مجالات القيمة المركزية:

المجال الذاتي:

الهوية يرى المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدته بشكل كبير في الارتباط بالدين وذلك من خلال منشورات الترهيبين التي يتم تداولها عبر هذه المواقع من طرف المستخدمين، نافيا تعرضه لبعض المواقف التي تدعو إلى التخلي عن الدين ، أما عن اللغة التي يتواصل بها المبحوث فيتم التواصل باللغة العربية في منشوراته أما في الدردشة فيتواصل باللغة الدارجة مع أصدقائه، كما أكد المبحوث على أن هذه المواقع قد ساعدته في على الارتباط بالعادات والتقاليد.

والحرية: فيفهمها المبحوث على أنها اتخاذ قرار دون جبر او جهة تعيق هذه العملية، كما لم ينفي المبحوث على أنه تعرض لبعض المضايقات عبر هذه المواقع مرجعا ذلك إلى بعض الأمور التقنية التي تفرضها هذه المواقع.

وعن الخصوصية يرى المبحوث على أنها صفة مميزة للفرد تؤكد على تملكه للشيء، مثل امتلاك حسابات خاصة والتي تعتبر أحد مظاهر الملكية الفردية، كما لم ينفي المبحوث تعرضه للقرصنة في السابق، إلا أنه يشارك مع العامة بياناته مثل: الاسم، الجنس فقط، كما أكد على أنه لا يمكن أن يعطي أي معلومة سرية حول حسابه، وفي

السياق ذاته أكد على أنه صادق في بياناته الشخصية الموجود على حساباته في هذه المواقع، كما أكد على أنه لا يمانع في تكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية، وذلك بغرض تكوين علاقات وذلك دون أن يؤثر على خصوصيته.

مجال الزمان والمكان:

يرى المبحوث أن هذه المواقع لم تستحوذ على وقته وذلك راجع لارتباطاته الدراسية وغيرها من الأمور، أما بالنسبة للنشاط في الواقع فهو أكثر من الافتراضي، فالمبحوث يعمل على استحداث بعض المنشورات التي يراها مهمة وذلك بغرض التذكير بها، ويكون بطريقة إرادية، كما أكد على أن الأماكن التي يراها بشكل متكرر هي الملاعب والحفلات والتسليية والمنشورات الدينية، ويقوم بنشر الأماكن التي يقوم بزيارتها.

تمثلات القيمة الأصلية الحياء:

ويفهم المبحوث قيمة الحياء على أنها كل ما يمنع الفرد من فعل كل شيء لا يتفق مع الأخلاق والسلوك الحميد، كما يرى أن هذه القيمة قد تغير مدلولها عبر الزمن، ويأخذ المبحوث هذه القيمة بعين الاعتبار عند نشره لبعض المضامين وذلك راجع لنوع من الحرية الشخصية، وإن تم الاستحياء فإنه يعود إلى الأقارب والأصدقاء والعائلة.

المبحوث الرابع

تمثلات الشباب للقيمة المركزية التواصل:

يرى المبحوث القيمة المركزية التواصل على أنها الطريقة التي يتم فيها التحوار مع مجموعة من الأطراف، ويتجسد هذا المفهوم في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الخصائص التفاعلية التي يستغلها المستخدمون فيما بينهم بغية إحداث نوع من التفاهم، وقد ساعدته مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على مجموعة كبيرة من العلاقات الإجتماعية والتي تحولت -حسبه- إلى علاقات واقعية في بعضها، وقد كان لبناء هذه العلاقات مجموعة من الدوافع تتلخص إجمالاً في تنمية الوعي الاجتماعي لجماعات متنوعة الاختصاصات تلبية للغبة في الجماعة (الجماعة)، وقد حدد المبحوث مجموعة من المعايير لقبول الفاعلين ضمن ساحته الاستخدامية أهمها التقاسم الاهتماماتي المتعلق بالدراسة، بالإضافة على الاشتراك الهواياتي (الهواية) الواحدة، وعن الطريقة التي يفضلها المبحوث للتواصل عبر هذه المواقع، كشف أن كل الطرق يتم استفادتها لتحقيق الهدف الإتصالي (الكتابة، الصور، الرسائل الصوتية، الفيديو، كل ما سبق)، وفي مجال الالتزام بأخلاقيات التواصل وضع المبحوث بأنه يلتزم بالرد على الرسائل مهما كان نوعها إيجاباً أو سلباً، إتفاقاً أو نفيًا حسب طبيعة مضمون الرسائل، وعن التفاعل مع الأحداث التي تهم الأصدقاء أخبرنا بان

نشاطه متواصل من هذه الناحية، حيث أنه في بعض الأحيان يضغط زر الإعجاب من دون قراءة المحتوى وإنما لثقته في صاحب المنشور، ويعتبر المبحوث فب ذات المجال أن المبادرة في الحديث والسؤال، عملية متبادلة فهو يسأل عمن يسأل عنه من قبيل المعاملة بالمثل والمبحوث يؤمن بالاختلاف في الرأي على حساباته الشخصية لكن حسب المواضيع المتناولة، ويرى بأن أغلب المواضيع البيت يطرحها لا تشكل مجالاً للنقاش والجدال (صور شخصية، نكت...)، أما وإن صادف إختلافاً مع أحد من المستخدمين فإنه يفتح مجالاً للمناقشة بنوع من الجدال الحسن، ومن ناحية أخرى فإن المبحوث يعطي أولوية كبرى لمنشوراته من حيث وضع في اعتباره بقية المتفاعلين ومدى قبولهم لما ينشره، سواء إعجاباً أو تعليقا أو مشاركة، بل في بعض الأحيان هو من يقوم بالدعوة إلى ذلك "إضغط أعجبني، شارك بقوة...".

تمثلات الشباب لمجالات القيمة المركزية:

المجال الذاتي:

الهوية فإن المبحوث يقر صراحة بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد أبعده عن الالتزام بالواجبات الدينية من حيث هي سلوك (الصلاة، الذهاب للمسجد، المشاركة في الأعمال التطوعية...)، لكن نمت فيه الكثير _حسبه_ من جانب القيم حيث يتمظهر ذلك في قيمة العلم والعلماء، الرحمة، التعاون، ... لكن لا تعدو أن تكون قيما تخاطب الوجدان القيمي دون تفعيله سلوكاً، وقد أكد المبحوث بأن هذه المواقع معول هدم أكثر من عامل بناء من حيث الدعوة إلى إهمال الواجبات الدينية والابتعاد عن الأخلاق الفاضلة، ويتواصل المبحوث باللغة الخاصة بالإعلام الجديد باعتبارها لغة فرضتها هذه الوسائط لكن مناصفة مع اللغة الدارجة لكن بالحرف العربي في بعض الأحيان، أما استعمال اللغة العربية فهو يتحاشى لأنه حتى وإن كان متقناً لها فغن بقية المستخدمين من أقرانه لا يفهمون ذلك إطلاقاً، وعن دور هذه المواقع في الحفاظ على العادات والتقاليد أكد المبحوث أن استخدامه هذه المواقع لم يساعده في التذكير بالعادات والتقاليد، بل على العكس كان وقت الاستخدام دائماً حاضراً في معاينة بعض العادات والتقاليد (الاحتفالات...) الأمر الذي يجعل معاينة هذه الطقوس ناقصاً نوعاً ما.

الحرية فإن المبحوث قد حدد مفهومه للحرية إنطلاقاً من أساس هروبي، فعرفها على أنها التهرب من الضغوط الاجتماعية أو من كل ضغط يؤدي لعدم القيام بسلوك فيه بنية القيام به، ويرى أن هذا المفهوم يتجسد في النشاط عبر هذه المواقع لأنها -أي المواقع- لاتعطي أهمية للموانع بقدر ممارسة المسموح، فهو حر في نشر ما يريد، وربط علاقات مع من يريد، نافية في الإطار ذاته تعرضه للمضايقات مهما كان نوعه، إلا المفتعلة (من خلال دخول

أصدقاء لحسابه سرية، والتلاعب بمعلومات الحساب)، والتي يمكن تصنيفها في المضايقات الاجتماعية ذات الطابع التسلوي.

الخصوصية فالمبحوث يعتقد بأن الخصوصية تعني الصفة المميزة للفرد عن بقية الأشخاص الآخرين، ومن هذه الخصوصيات هي امتلاك حسابات خاصة والتي تعتبر أحد مظاهر الملكية الفردية، وعن البيانات التي يشاركها مع العامة فأوضح أنه يشارك البيانات التالية: الاسم، الجنس، السن بينما يبقى المعلومات الخاصة ب: مكان الإقامة، الهوية (العمل)، المستوى التعليمي، الوضعية الاجتماعية، محل تستر من طرف المبحوث، ويعاود المبحوث التأكد مرة أخرى على أن هذه الحسابات شخصية ولا يمكن الكشف عن معلومات الحساب السرية لأي شخص كان، ووضح المبحوث في ذات السياق أن تكوين صداقات خارج الحدود الثقافية (خاصة مع الإناث) قد تجعله ينسلخ عن بعض القيم طمعا في الزواج والهجرة.

المجال الزمني والمكاني:

فقد وضح المبحوث بأن مرافق التواصل الاجتماعي استحوذت على جل وقته الأمر الذي جعله يعمل أعمالا وظيفية أخرى تتعلق أساسا بالإهمال الدراسي، نافيا لأن يكون الوقت الذي يقضيه في الواقع المعيشي مساويا للسرعة في الزمن الافتراضي، وذلك من جانبين الجانب الأول بعدم إحساسه بمرور الوقت وهو يستخدم هذه المواقع، أما الجانب الثاني فيتعلق بأن النشاط الذي يقضيه في هذه المواقع سرعته لا تقارن بالنشاط عبر الواقع المعيش، معبرا على أن زمن الاستخدام زمن انسيابي ولا يكفي لأداء كل النشاطات، ويؤكد المبحوث بأنه بين فترة وأخرى يحاول أن يستذكر بعض المحطات الماضية من خلال خاصية الاستذكار التي توفرها هذه المواقع، والأماكن التي تتم رؤيتها بشكل متكرر تتعلق أساسا بمشاهدة العنف والرعب ومظاهر الخوف والقوة، ومن جهة أخرى فإن الأماكن التي يعمل على نشرها تتعلق أساسا بأماكن الزيارات التي زارها أو التي يحلم بزيارتها، مبينا أنه يقوم بتحديث حساباته بشكل دوري من خلال استغلال الخاصيات المتاحة لذلك.

تمثلات القيمة الأصلية الحياء:

وعن تمثلاته للقيمة الأصلية "الحياء" فيعتقد المبحوث بأنها القيمة التي تعطي السلوك طابعا هشا، ويرى بأن هذه القيمة قد تقهقر حضورها ضمن منظومة القيم، نافيا التزامه بها هو شخصيا في هذه المواقع لأنه على حسب الأشخاص الذين يستحي منهم (والديه، أقرباءه...) لا يربط معهم علاقات من هذا الوسط.

المبحوث الخامس:

تمثلات القيمة المركزية للتواصل:

من خلال مقابلتنا للمبحوث قصد إعطاء تمثله فيما يخص القيمة المركزية "التواصل" كشف لنا بأن مفهومه لهذه القيمة يتجسد في تعريف مفاده إحداه نوع من التعارف وتفادي الاختلاف بين المرسل والمتلقي، ويتجسد هذا المفهوم في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال تقارب الرؤى الذي يتمظهر في شكل تفاعلي نتيجة طرح أحد المستخدمين موضوعا للنقاش أو التعريف الأمر الذي يسمح للمستخدم بكسب المزيد من العلاقات الاجتماعية في إطار تنمية العضوية الاجتماعية وضمن دائرة المعارف التي الاهتمام الواحد والرؤى المشتركة التقاربية، ويستخدم المبحوث في تواصله مع الآخرين عبر هذه المواقع الرسائل الصوتية بدرجة أكبر لأنها حسب ما يعتقد أسهل ومناسبة للعمل التواصلي في هذه المواقع بعيدة عن كل تكلف في استعمال الأنماط.... الأخرى التي تشكل فيها الرسالة، لتأتي بعد ذلك تبادل الصور والفيديو والكتابة، وعن مدى التزامه بأخلاقيات التواصل المطروحة فيعتبر الرد على الرسائل أمراً واجبا مع دائرة معارفه الضيقة (أصدقاءه، أقرابه...)، أما الأشخاص الذين تربطه معهم علاقات هامشية فإنه لا يعطي لهم بالاً وأهمية في الرد على رسائلهم وذلك حسب الأهمية والفائدة التي يحصل عليها، أما التفاعل مع الأحداث التي تهم الأصدقاء فيقلل نشاطه المخصص لذلك فهو يعير لها اهتماما بقدر الدردشة الثنائية والجماعية، ليكون الأدب التواصلي المتعلق بالمبادرة في الحديث والسؤال حاضراً بقوة في أنشطته التواصلية، وفي معرض حديثه عن الإيمان بالاختلاف في الرأي على حساباته الشخصية فقد أكد أنه يؤمن بذلك با ويعتبره ضرورة تواصلية لإحداث التقارب وهي الوظيفة المنوطة لشبكات التواصل الاجتماعي، فاتحاً بذلك المجال أمام المجادلة الحسنة كسبيل لتثبيت الرؤى وتحقيق أحياتها، وفي غالب الأحيان فإن المبحوث لا يقوم بالنشر إلا نادراً، واضعاً في اعتباره آراء المستخدمين الآخرين لأنه يقضي معظم وقته في الدردشة متنقلاً بين حساباته الفايسبوكية (المفتوحة بأسماء الإناث).

المجالات المتعلقة بالقيمة المركزية:

المجال الذاتي:

الهوية: وفي مجال الهوية الذاتي يرى المبحوث ان مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدته على الارتباط بدينه من خلال التذكير بالمضامين الترهيبية خاصة والتي يتأثر بها لحظياً لكن لا يطبقها في سلوكه مثلما صرح به، معرباً أسفه الشديد عن ذلك وفي أن بعض المضامين الأخرى هي من تدفعه للتخلي عن الأخلاق والآداب الدينية (صور

فتيات...)، واللغة المستخدمة في هذه المواقع لغة الإعلام الجديد بالحرف الفرنسي، نافيا إستخدامه للغة العربية لضعف تكويني في شخصه وعدم تقبل الآخر للحديث بهذه اللغة، وكاشفا عن رأيه فيما يخص ارتباطه بالعادات والتقاليد عبر هذه المواقع بأنها ساهمت بشكل مباشر وغير مباشر في التذكير ببعض العادات المكتسبة عند الشباب اليوم من خلال التذكير بتصرفات الأجداد والآباء.

الحرية: أما فيما يتعلق بالمجال الحرياتي فإن المبحوث يتمثل مفهوم الحرية على أنه القدرة على فعل الممكن، معتبرا أن هذا المفهوم يتجسد بصورة أوضح في الممارسات الإتصالية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتتضح تجليات هذا المفهوم تجسيدا وإسقاطا من خلال الحرية في النشر وتكوين الصداقات، خاصة إذا تحرر المستخدم من هويته المعروفة لدى الآخرين من خلال استعمال أسماء مستعارة وعدم الكشف عن هويته الأمر الذي يعطيه نوعا من التحرر الزائد مقارنة بالحرية في حسابه الرسمي، مؤكداً في ذات السياق بأنه تعرض للعديد من المضايقات (مثلما يقوم هو بفعل المضايقة)، النفسية والاجتماعية لعدم تنظيمه لعمله الاستخداماتي.

والخصوصية باعتبارها مجالا ذاتيا تحدد عند المبحوث بالطريقة التي يعرف بها الشخص دون سواه، مؤكداً ملكيته لهذه المواقع وتعرضه للقرصنة من قبل من طرف العديد من الأشخاص الذين تم التحايل عليهم من طرفه في استغلاله في هذا الفضاء وعن البيانات التي يشاركها مع العامة فقد فضل في ذلك على بيانين، يتعلق البيان الأول بحسابه الرسمي ويكشف فيه عن اسمه، وجنسه، وسنه دون كشف مكان إقامته أو مستواه التعليمي، أو وظيفته واهتماماته، بينما البيان الثاني المتعلق بالحسابات الوهمية..... معلومات خاطئة يحاول فها الكشف عن (الهوية، الجنس، مكان الإقامة، السن...) مبينا أن بناء علاقات خارج الاطار الثقافي لا يمكن أن يمس بثقافته الأصلية.

المجال الزماني والمكاني:

فالمبحوث يرى بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد استحوذت على جل وقته، مما جعل ذلك يكون على حساب أداء أمور وظيفية أخرى، ويتميز نشاطه في هذه المواقع بالتشاركية محاولا تحقيق أي هدف بطريقة سريعة تمكنه من تحقيق أهدافه من النشاطات التواصلية في أقصر وقت ممكن مبرزا عدم كفاية وقت الاستخدام للقيام بالنشاطات الأخرى، وقد بين المبحوث أنه لا يحاول استذكار بعض المضامين عدا تلك التي يذكرها بها الفيسبوك ولا يعمل في الغالب على مشاركتها مع العامة، وعن الأماكن التي يقوم بنشرها فتتعلق أساسا بأماكن تواجد الأشياء.

تمثلات القيمة الأصلية الحياء:

أما تمثله للقيمة الأصلية "الحياء" فالمبحوث يفهمها على أنها ضرورة الارتباط بالعادات والتقاليد، والاستيحاء من الأعراف والأشخاص الذين يشكلون له رمزا للاحترام والقدوة، وفي حسابه يعطي أولوية لهذه القيمة بينما في الحسابات الأخرى لا يعير أي اهتمام للتخفي وراء هويات أخرى.

المبحوث السادس:

تمثلات القيمة المركزية التواصل: يرى المبحوث أن مفهومه للتواصل هو التعرف على أصدقاء جدد وتبادل المعارف، ويتجسد هذا المفهوم عنده في مواقع التواصل الاجتماعي في التعارف وتبادل الصداقات مع أشخاص جدد، كما يرى المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعده في الحصول على علاقات جديدة، فدوافع بناء علاقات جديدة عنده هو التعرف على أصدقاء جدد وتبادل المضمون الترفيهي معهم، أما معايير قبول الفاعلين لهاته النشاطات فيرى المبحوث أنه لا يحدد معايير معينة في اختياره للفاعلين التواصليين، أما الطريقة المثلى بالنسبة إليه في التفاعل مع المضامين التواصلية فهي الكتابة والصور والفيديو، كما يلتزم المبحوث بأخلاقيات التواصل من خلال الرد على الرسائل أيا كان نوعها، كما يعلق على الأحداث التي تهم أصدقاءه ويتفاعل معها، حيث يبادر بالحديث والسؤال معهم وعليهم والمقربين منه خاصة، كما أنه يؤمن باختلاف الرأي ولكن حسب موضوع الذي يتم التطرق إليه، أما عن رد فعله إذا صادف من لا يوافقه الرأي فإن المحذوف يبادر بحذف المنشور كونه لم يلقى القبول من طرف الفاعلين التواصليين، كما يرى المبحوث أنه يجب أن يجد عدد كبير من التعليقات والإعجابات والفاعلين التواصليين على المضامين التي ينشرها وخاصة التعليقات.

تمثلات الشباب الجزائري لمجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

فيما يتعلق بالهوية: يرى المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تساعده على ارتباطه بدينه، حيث أن يرى أن طبيعة المضامين التي يستعملها مضامين ترفيهية بدرجة كبيرة، حيث يجد المضامين الدينية عن طريق الصدفة في بعض المناشير التي ينشرها ويتفاعل معها أصدقاءه، كما يرى المبحوث أنه لم يتعرض إلى مضاميات تدعوه للتخلي عن دينه كونه لا يتفاعل مع هؤلاء الأشخاص، أما عن لغة التواصل فالمبحوث يستعمل اللغة الدراجة في التواصل كون مستواه الثقافي والتعليمي وطبيعة الأشخاص الذين يتواصل معهم في شبكات التواصل الاجتماعي أشخاص عاديون وبالتالي لا يستعمل لغات أخرى في التواصل، أما بخصوص استعمال اللغة العربية الفصحى في التواصل فيرى المبحوث أن استعمالها لها قليل جدا كونه لا يتواصل بها مع أصدقائه لأنه شخص لا يحب التكلف، كما يرى المبحوث أن

وسائل التواصل الاجتماعي قد ساعدته في ارتباطه بعادات وتقاليد من خلال تفاعله مع الصفحات التي تعرف بالعادة والتقاليد الجزائرية، حيث ينشر المبحوث الأماكن الأثرية واللباس التقليدي كرموز للعادة والتقاليد.

مجال الحرية: يرى المبحوث أن الحرية تتمثل لديه في حرية اللباس والكلام في مواضيع عدة بدون قيود اجتماعية، وأن هذا المفهوم يتجسد في نشاطاته في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال نشره للمضامين التي يجب نشرها دون قيود معينة، كما يرى أنه حر فيما ينشره ويحبه عبر هاته الوسائل، كما يرى المبحوث حر في تكوين صداقات مع من يجب من كلا الجنسين بعيدا عن القيود الاجتماعية والثقافية الموجودة، كما يرى المبحوث أنه يتعرض للمضايقات في نشاطه من تعاليق ساخرة من بعض أصدقائه.

مجال الخصوصية: يرى المبحوث مفهوم الخصوصية يتمثل في عدم تجاوز الآخرين لحياته الخاصة من جهة وقناعاته الاجتماعية والدينية من جهة أخرى، حيث يرى أن حسابه في شبكات التواصل الاجتماعي ملك له وحده ويتجسد مفهوم الخصوصية في ذلك، كما يرى المبحوث أنه لم يتم قرصنة حسابه أو محاولة ذلك أما بخصوص البيانات التي يشاركها مع العامة هي اسمه الحقيقي وبعض مواهبه فقط، ويرى أنه لا يستطيع أن يعطي معلومات حسابه السرية لأي شخص آخر كونه يعتبر أن هاته المعلومات خاصة جدا كما أنه صادق في حسابه الشخصي الذي يمتلكه من حيث المعلومات لكي يتعرف عليه أصدقاءه، أما بخصوص تكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية والحفاظ على خصوصيته يرى هذا المبحوث أنه لا يوافق على ذلك بل بالعكس تكوين عارف وصداقات خارج الحدود الجغرافية التي يقوم فيها هو أمر إيجابي بالنسبة له.

مجال الزمان والمكان: يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي قد استحوذت على جل وقته الأمر الذي جعله يهمل أعمال أخرى لكن بدرجة ليست بالكبيرة التي تؤثر في حياته الخاصة، لكن يرى أن مدة الاستعمال التي يتفاعل معها كبيرة فوجب عليه التحكم في مدة الاستعمال، ويرى المبحوث أنه حين يستعمل مواقع التواصل الاجتماعي يمر الوقت بسرعة ولا يحس بالوقت عكس الزمن المعيش الذي يتميز بالبطء كما يجد أن زمن الاستخدام في القيام بنشاطات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تكفيه بدرجة كبيرة كما أنه يحب مشاركة بعض الذكريات التي تقترحها عليه شبكات التواصل الاجتماعي أو نشره لمناسبات وذكريات سابقة وتفاعل محيطه التواصلية معها، أما عن الأماكن التي يراها بشكل متكرر في حسابه فهي حيه وولاياته ومناطق أثرية من بلاده، كما يرى المبحوث أنه يحدث حسابه بشكل دوري من خلال تحديث حالته العائلية والمواهب التي يمتلكها.

التمثلات نحو قيمة الحياء: يرى المبحوث أن قيمة الحياء فقدت في وقتنا الحالي من قيم السترة وطبيعة الألفاظ المتداولة لدى الناس، وأن مواقع التواصل الاجتماعي خيرت مدلول هاته القيمة وأصبح الحياء فيها غير موجود وهذا من خلال ملاحظة المبحوث في بعض المضامين التواصلية في شبكات التواصل الاجتماعي، كما يرى المبحوث أنه

يراعي هاته القيمة في نشره لبعض المضامين وانتقائه لألفاظ غير خادشة للحياء والحشمة حيث أن من بين أصدقائه في شبكات التواصل الاجتماعي أهله وأقاربه وهذا عنصر مهم في انتقائه لكلامه المنشور.

المبحوث السابع:

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيمة المركزية التواصل: يرى المبحوث أن مفهومه للتواصل هو التبادل الفني للخبرات ومعارفه، ويرى أن هذا المفهوم يتجسد في استعماله لوسائل التواصل الاجتماعي حيث يطبق مفهوم التواصل من أجل تبادل الخبرات الفنية حيث أن هذه المواقع قد مكنته من تكوين علاقات جديدة وذلك من خلال التعرف على أصدقاء جدد ويرجع دوافع بناء هاته العلاقات إلى تبادل الخبرات الفنية مع الفاعلين الفنيين داخل هذه الشبكات، أما بخصوص المضامين التي يشاركتها ويختارها على أساسها الفاعلين هي معايير فنية وكذلك أصدقاء المقربين، أما بخصوص الطريقة المثلى بالنسبة إليه للتواصل في هاته المواقع فإنه يختار الصور كونه يجب الرسم ثم تأتي الكتابة في الدرجة الثانية، كما تكلم المبحوث عن التزامه بأخلاقيات التواصل، فالرد عن الرسائل أمر عادي بالنسبة حيث أنه لا ينتقي الأشخاص الذين يرد عليهم، أما بخصوص التعليق على الأحداث التي تم أصدقائه فيقول المبحوث أنه يتفاعل مع منشورات أصدقائه بأنواعها المختلفة أما المبادرة في الحديث والسؤال فهذا مرتبط بنوعية الشخص وأهمية الموضوع الموجود في مضمون الرسالة ويرى المبحوث أنه يؤمن باختلاف الرأي لكن حسب نوعية المواضيع المطروحة، ويرى أنه إذا صادفه منشور لا يتواءم مع خصوصيته فإنه يدخل في جدال مع الأشخاص لتوضيح الأمر، كما نجد المبحوث في نشره لمنشورات في حسابه ينتظر رد الفعل حول ميولاته وأعماله الفنية كونها يعتبران عنصرتين مهمتين في مسيرته الفنية وخاصة في الرسم كون التعليقات والمشاركات تعطىها دفعة معنوية كبيرة للاستمرار وتعتبر رمزا من رموز التفاعل.

تمثلات الشباب الجزائري لمجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

فالهوية: يرى هذا المبحوث أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد ساعده في الارتباط بدينه عن طريق التفاعل ومشاركة المضامين الدينية والبحث فيها، كما يرى أنه لم تحدث له المضايقات التي تدعوه للتخلي عن دينه كونه يمتلك قناعات وتراكمات معرفية تجعله يتجاوز هاته المضايقات أو الإشكالات، كما المبحوث أن اللغة الدراجة هي اللغة التي يستعملها في تواصله في شبكات التواصل الاجتماعي كون طبيعة الفاعلين التواصلين الذي يتواصل معهم بسطاء ولا يتقنون اللغة العربية، كما يرى أنه يستعمل اللغة العربية أيضا في حالات التواصل الفني مع الفاعلين الفنيين في هاته الشبكات كون طبيعة التواصل تقتضي ذلك، حيث أنه يرى لا يستعملها ما أصدقائه المقربين كونهم لا

يجذبون ذلك، كما يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي قد ربطته بعاداته وتقاليده من خلال المنظور الفني الذي يهتم به ويمثل مجالا للتواصل في هاته الشبكات، ومن أهم العادات والتقاليد التي ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بتذكيره بها هي الأماكن الأثرية والتراث المادي والمعنوي عموما.

و الحرية: يرى المبحوث أن الحرية بالنسبة إليه هي التعبير عن آرائه وتوجهاته بدون هواجس وخوف، حيث يجسد ذلك في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تبني قضايا فنية واجتماعية والتفاعل معها، كما أنه حر في نشر ما يجب عبر هاته المواقع كما يعقب أيضا أنه حر في تكوين الصداقات حسب الشروط التي يضعها في معايير قبوله لتلك الصداقات من عدمها، كما يرى أنه لم تحدث له مضايقات في نشاطه عبر هاته الوسائل.

أما الخصوصية: خصوصية التوجهات الفنية، يرى المبحوث أن الخصوصية الثقافية هي أهم شيء يجسده في هاته الشبكات، حيث يرى أن حسابه ليست ملكه وحده بل هو حساب عام يشترك مع الفاعلين التواصلين في قضايا معينة ويحترم فيها توجهاتهم، كما يقول أنه لم يتعرض للقرصنة ولا لمرة، أما بخصوص البيانات التي يشاركها مع العامة فيشارك اسمه وصورته وميولاته الفنية والمكان الذي يقطن فيه، كما لا يشارك في حسابه عمره وحالته العائلية أو مستواه الدراسي، كما يرى المبحوث أنه لا يعطي معلومات حسابه لأي شخص كونها معلومات خاصة جدا حيث يرى أن تكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية لا يهدد حفاظه على خصوصيته كونها تمكنه من التفاعل بحرية مع معارفه.

مجال الزمان والمكان:

يرى هذا المبحوث بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد استحوذت على جل وقته كونه يستغرق وقتا كبيرا في تصفح المضامين التواصلية ومشاهدة الفيديوهات والصور التي تجعله لا يحس بالوقت، كما يرى أن نشاطه سريع في الواقع الافتراضي أكثر من الواقع المعيش، حيث يرى أن مدة الاستغراق تكفيه ولا يحتاج إلى ساعات إضافية، كما أنه يحب استذكار بعض الأحداث نظرا للخاصية الجديدة التي أضافها موقع "الفيسبوك"، كما أن الأماكن المتكررة التي يراها هي ولايته وبلديته ودوائرها وبعض المناطق في التراب الوطني، أما عن الأماكن التي يعمل على نشرها في حسابه هي أماكن ذات الرمزية التي يجسدها في رسوماته من مباني وأماكن محددة، كما يرى المبحوث أنه لا يحدث بشكل دوري معلومات حسابه بل هي من حين إلى آخر.

تمثلات الشباب الجزائري للقيمة الأصلية (الحياة):

الحياة قيمة دينية وجب على المجتمع الالتزام بها، حيث يجد أن قيمة الحياة أصبحت لا وجود لها نظرا لنوعية اللباس الموجود وقصات الشعر وطريقة الكلام، كما يرى المبحوث أنه يراعي هاته القيمة في نشره لبعض المضامين

التواصلية كون أن قائمة الصداقة الموجودة في شبكات التواصل الاجتماعي تحتوي على أقرابه وأهله وبالتالي وجب عليه أن يراعي هاته القيمة في هاته المضامين.

المبحوث الثامن

تمثلات الشباب الجزائري للقيمة المركزية التواصل:

يرى المبحوث أن قيمة التواصل تتمثل بالنسبة إليه في اكتساب معارف وخبرات جديدة عن طريق تكوين علاقات واسعة مع الفاعلين التواصلين في كافة التخصصات، حيث يتجسد هذا المفهوم في شبكة التواصل الاجتماعية واستعمالها كوسيلة للتواصل، ويرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي قد مكنته من تكوين علاقات جديدة خارج محيطه المعتاد، ويرى أن دوافع هاته العلاقات قد تم ذكرها في السابق، حيث يسعى المبحوث إلى تطوير مهاراته الاجتماعية والنفسية من خلال هاته الشبكات، أما عن معايير قبول الفاعلين التواصلين ضمن هاته النشاطات فقد أجاب المبحوث أن معيار الثقة والجدية في التواصل هي معيار أساسي في قبوله لهم، ويرى المبحوث أنه يستعمل مجموعة من الوسائط كالكتابة والصور والفيديو كآليات للتواصل كون وسائل التواصل الاجتماعي قد سهلت استخدامها، وبخصوص التزام المبحوث بأخلاقيات التواصل فيرى أن رده على الرسائل مرتبط بجدية الموضوع المرسل، كما أن المبحوث يتفاعل كثيرا مع أصدقائه خاصة في المواضيع السياسية والاجتماعية والثقافية، وبخصوص المبادرة في الحديث فيرى هذا المبحوث أن الأمر مرتبط بقرب الشخص المتواصل معه وأهمية الموضوع المتناقش فيه حيث يرى المبحوث أنه يؤمن بالاختلاف في الرأي ويتبادل آراء معينة مع زملائه وعندما يجد منشور لا يوافق عليه الرأي يسعى إلى الجدل مع الشخص ومحاولة تغيير أفكاره إلى أحسن، وعند إجابة المبحوث حول انتظاره رد الفعل عند نشره موضوع معين فقد أجاب المبحوث أنه يجب ردود الأفعال حول منشوراته فهي تهمه لقياس صحة ومنطقية الموضوع عن طريق الإعجابات والمشاركات والتعليقات.

تمثلات الشباب الجزائري لمجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية: يرى المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في الارتباط بدينه، كونه يتفاعل كثيرا مع المواضيع ذات البعد الديني في شبكات التواصل الاجتماعي هذا الأمر الذي أكسبه تراكما دينيا معتبرا ويرى المبحوث أنه تعرض لبعض المواقف التي تدعوه للتخلي عن دينه كإرسال الحملات التنصيرية لبعض المواضيع التشكيكية في دينه لكنه يقابلها بالحذف وعدم الاهتمام وعن اللغة التي يستخدمها في هاته المواقع فإن المبحوث يستعمل اللغة التقنية نظرا لتمكنه منها كما أنه يراوح بين استعماله للغة الدراجة والعربية معا، في حين أنه يستعمل كثيرا اللغة العربية نظرا لامتلاكه مدونة ذات بعد ثقافي واجتماعي وسياسي، كما أنه يستعمل اللغة العربية كلغة التواصل مع الأصدقاء كونها

لغة ثرية ومجتمعية في نفس الوقت، كما يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي قد ساعدته في الارتباط بالعادات والتقاليد نظرا لنشره وتفاعله مع المضمون الثقافي والاجتماعي والذي يحوي في طياته الحفاظ على العادات والتقاليد ومن أهم العادات والتقاليد التي يذكر بها وتذكره بها شبكات التواصل الاجتماعي هي التنوع الثقافي والاجتماعي الموجود في الجزائر.

الحرية: يرى المبحوث أن الحرية هي التخلص من بعض القيود الاجتماعية والسياسية الموجودة حيث أن هذا المدلول يتلخص في المواضيع التي يطرحها في مدونته، ويرى المبحوث أنه حر في نشر ما يجب في شبكات التواصل الاجتماعي حسب قناعاته وآرائه، كما يرى أيضا أنه حر في تكوين صداقات مع من يجب في هذه المواقف، كما يرى أيضا أنه تعرض لبعض المضايقات في نشاطه الاجتماعي والتقني.

الخصوصية: يرى المبحوث أن الخصوصية تعني لديه عدم اطلاع الآخرين على حياته الخاصة كونها شخصية جدا، ويرى أن حسابه ملكه وحده وأنه تعرض لعدة مرات لعمليات القرصنة، كما أنه يشارك اسمه الخاص في حسابه الرسمي أما عن البيانات التي لا يشاركها مع العامة فهي السن والحالة العائلية، كما يجب المبحوث أنه يرفض إطلاقا إعطاء معلومات حسابه السرية لشخص آخر كونها معلومات تخصه ولا يمكن لأحد الاطلاع عليها، كما يرى المبحوث أنه صادق في بياناته الشخصية في حسابه الرسمي وهذا ما تقتضيه عملية التواصل الجادة، ويرى المبحوث أن تكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية لا يهدد خصوصيته بل بالعكس كلما اتسع عدد الصداقات خارج المجال الجغرافي الذي يعيشه فيه المبحوث كلما استتعت مساحة التأثير والتفاعل.

مجال الزمان والمكان:

يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي قد استحوذت على جل وقته (من 6 إلى 9 ساعات) الأمر الذي جعله يهمل بعض أعماله ويرجع سبب ذلك إلى استعماله الدوري لهاته الوسائل وخاصة في الهاتف النقال، كما أن نشاطه بين الزمن الافتراضي والمعيش يكاد يتسع كون الزمن الافتراضي يتجاوز الزمن المعيش ويرى أن زمن الاستخدام يكفيه جيدا للقيام بنشاطاته الافتراضية نظرا لاملاكه لهاتف نقال وصيب إنترنت دائم في هاتفه النقال، كما أنه يحاول استذكار بعض الذكريات من خلال عرضه ونشره لصور لمناسبات عديدة ومتنوعة، أما عن الأماكن التي راها بشكل متكرر فهي المناطق التي يعيش فيها ويتنقل إليها، أما عن الأماكن التي ينشرها في حسابه فهي مناطق معينة من القطر الجزائري وخاصة ولايته، كما يعمل المبحوث على تحديث معلوماته بشكل دوري من خلال الخبرات المعينة يكتسبها مثل الشهادات الأكاديمية وغيرها.

تمثلات الشباب الجزائري نحو قيمة الحياء كقيمة أصلية:

يرى المبحوث أن قيمة الحياء تتمثل في علاقتها بالوازع الديني أي ما يراه الدين حياء فهو حياء من حيث الألفاظ واللباس والأفكار، ويرى المبحوث أن هاته القيمة قد تغير مدلولها في وقتنا الحالي نظرات للتحويلات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية في الوقت الحالي والانفتاح الإعلامي السلبي المطبق حاليا، ويجب المبحوث أنه يراعي هاته القيمة في هذا الفضاء التواصلي في نشره للمحتوى التفاعلي الخاص به مشددا على أهمية هاته القيمة في هاته الوسائل، ويرى أن قيمة الحياء يستمدتها من القيمة الدينية والاجتماعية، وأثناء نشره للمضامين التواصلية يراعي وجود أشخاص محترمين في قائمة أصدقائه.

المبحوث التاسع

تمثلات الشباب الجزائري للقيمة المركزية التواصل:

يرى المبحوث أن قيمة التواصل لديه هي قيمة اجتماعية يكون من خلالها علاقات على المستوى الآني والمستقبلي، حيث يجسد المبحوث هذا المفهوم في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تكوين علاقات خاصة بغرض الزواج كما يرى المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدته في الحصول على علاقات جديدة من خلال إرساله واستقباله لطلبات صداقة جديدة وخارج نطاقه الجغرافي، حيث يؤكد على الطبيعة الاجتماعية كدافع لبناء هاته العلاقة، أما عن معايير قبول الفاعلين التواصليين في هاته الشبكات فيرى المبحوث أنه لا يحدد معايير خاصة من قبول الصداقات أو رفضها لكنه يدقق في هوية الأشخاص الذين يرسلون إليه طلبات الصداقة، أما عن الطريقة المثلى بالنسبة إليه فهي الكتابة نظرا لاستعمالها في الدردشة فقط وعن التزامه بأخلاقيات التواصل مع الآخرين عبر هذه المواقع فالرد على الرسائل أمر لا يهمله بقدر ما يهمله الرد على رسائل الشخص الذي يصادقه، كما أنه قليل التعليق على الأحداث التي تهم الأصدقاء، أما بخصوص المبادرة في الحديث والسؤال فالمبادرة تكون منه للشخص الذي تربطه به علاقة عاطفية، كما يرى المبحوث أنه لا يؤمن بالاختلاف في الرأي على حسابه الشخصي كونه يميل إلى الاقتناع بتجاربه الخاصة وفي بعض الأحيان يتنازل في المواضيع التي لا يملك فيها تراكم علمي يجعله يتشبث برأيه، أما بخصوص رد فعله إذا صادف من لا يوافق في الرأي فإنه يميل إلى الحظر أو إلغاء طلب صداقة، كما أنه لا ينتظر تفاعلا مع مضامينه التواصلية التي ينشرها.

تمثلات الشباب الجزائري لمجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية: يرى الباحثون أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تساعده في الارتباط بدينه وذلك راجع حسبه إلى عدم التفاعل مع الصفحات الدينية لأنه قليل الاستعمال في الفاييسوك ويستعمله فقط في الدردشة، كما يرى الباحثون أنه يستعمل اللغة الدارجة في التواصل كونها لغة عامية وسهلة، أما بخصوص اللغة العربية فلا يستعملها الباحثون إطلاقاً وأنه لا يتواصل بها مع أصدقائه، كما يرى الباحثون أن وسائل التواصل الاجتماعي لم تساعده في الارتباط بالعادات والتقاليد كونها تبقى مجرد صور وتعليق، أما بخصوص العادات والتقاليد التي ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي الباحثون التذكير بها فهي بعض الصور والفيديوهات التي تنشر في صفحات خاصة بهذا الأمر.

الحرية: يرى الباحثون أن الحرية هي احترام الآخرين والتعبير عن آراء وقناعات خاصة به، كما يرى أن هذا المفهوم يتجسد في استعماله لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث أنه يعبر عن آرائه بحرية لكن مع مراعاة مشاعر الآخرين، كما يرى أنه حر في نشر ما يحب في هذه المواقع، كذلك هو الحال في حالة تكوين صداقات مع من يحب في هذا الموقع، حيث يقول أنه تعرض لبعض المضايقات لأسباب عائلية اجتماعية.

الخصوصية: يرى الباحثون أن الخصوصية تعني عدم التدخل في شؤون الآخرين، كما يرى أن هذه المواقع ملك له وحده وأنه يتعرض للقرصنة، حيث يرى الباحثون أن هناك بعض البيانات التي يشاركها مع العامة كميولاته الرياضية والفنية، كما أنه يخفي اسمه باسم مستعار ويرى الباحثون أيضاً أنه لا يمكن إعطاء حسابه لأي شخص مهما كان قريبه منه، حيث يقول أنه غير صادق في بياناته كونه لا يجب إعطاء معلوماته الشخصية للعامة، ويرى أن تكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية محلياً ووطنياً يؤثر على خصوصيته حيث يرى أنه محدد لعدد الأصدقاء الموجودين في قائمة الأصدقاء.

مجال الزمان والمكان:

يرى الباحثون بأن مواقع التواصل الاجتماعي لم تستحوذ على جل وقته حيث أنه مقسم لوقته بطريقة مرضية له، وأن زمانه المعيش أكثر من زمانه الافتراضي وبالتالي أبطأ من الزمن الافتراضي، كما يجيب أن زمن الاستخدام يكفيه بطريقة ملائمة لمسؤولياته الاجتماعية، كما أنه يحب أن يستذكر بعض أحداث في مواقع التواصل الاجتماعي، أما الأماكن التي يراها بشكل متكرر في حسابه فهي المحيط الذي يعيش فيه وخاصة حيه، وبخصوص الأماكن التي يسعى لنشرها في حسابه فهي الملاعب ودور الشباب وبعض الأماكن التي زارها من قبل، كما يرى الباحثون أنه لا ضرورة لتحديث معلوماته الخاصة كونه لا يهتم بتسويق نفسه للناس.

تمثلات الشباب الجزائري للقيمة الأصلية (الحياء):

يفهم الفاعل قيمة الحياء في كونها مرتبطة بسلوك الأفراد داخل المجتمع أي أخلاقهم وسلوكياتهم ويرى أن مدلولها بدأ يفقد قيمته نتيجة للانفتاح على ثقافة الشعوب الغربية، حيث يرى أنه يراعي هاته القيمة من خلال نشره لمضامين معينة نظرا لقناعاته الشخصية بذلك.

المبحوث العاشر

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيمة المركزية التواصل :

التواصل: يرى المبحوث أن قيمة التواصل لديه هي قيمة التعارف مع أشخاص لا يعرفهم وبالتالي تبادل الخبرات الفنية والاجتماعية معهم ويتجسد هذا المفهوم في استعماله لوسائل التواصل الاجتماعي وذلك عن طريق إرسال طلبات صداقة لمعارف خارج النطاق الجغرافي الذي يسكنه، فقد سادته وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على علاقات جديدة هدفها التواصل الفني، ويرى أن ليس له معايير واضحة لقبول فاعلين معينين في شبكات التواصل الاجتماعي سوى البعد الفني والذي يراه عنصر مهم في قبول أو رفض الصداقة، أما عن الطريقة المثلى بالنسبة إليه في التواصل فهي الكتابة والصور والفيديوهات هاته الوسائط التي من خلالها يوصل رسالته الفنية، أما بخصوص أخلاقيات التواصل فإن المبحوث يرد على أية رسالة تصله ودائما تجده يتفاعل مع قضاياهم أصدقاءه بكل جدية، كما أنه يبادر بالحديث والسؤال لمقربيه ومعارفه، كما أن المبحوث يرى أنه يؤمن بقيم الاختلاف على حسابه الشخصي مهما كانت طبيعة الموضوع، كما نجد أن المبحوث قد أجاب بأنه يجادل من لا يوافقه في الرأي في منشوراته ولا يسعى إلى الحذف أو الحظر، كما أنه يجد نفسه مهتما بردود أفعال الآخرين حول منشور نشره خاصة أداءه الموسيقي من حيث التعليقات والإعجابات وخاصة المشاركات.

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيم المركزية:

مجال الذات:

الهوية: يرى المبحوث أن استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي قد ساعده في الارتباط بدينه من خلال تفاعله مع بعض المضامين الدينية التي تهتمه، كما أنه أجاب بأنه لم يتعرض إطلاقا لأي مضايقات تدعوه للتخلي عن دينه كونه لا يتفاعل مع هاته المضامين المحرزة أو الأشخاص المحرضين، أما عن اللغة التي يتواصل بها في هاته الشبكات فهي اللغة الدارجة في حسابه الخاص واللغة العربية الفصحى في إدارته لصفحة خاصة لميولاته الفنية التي يديرها، كما أنه يستعمل اللغة الفصحى في بعض الأحيان للتواصل مع أصدقائه خارج الرقعة الجغرافية التي يتواصل منها، كما يؤكد

المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدته في الارتباط بعاداته وتقاليده من خلال بحثه في شبكات التواصل الاجتماعي عن العادات والتقاليد المجتمعية التي تخدم ميوله الفني مثل الفلكلور الشعبي.

الحرية: يرى المبحوث أن مفهومه للحرية يتجسد في تمرده على بعض القيود الاجتماعية التي تحاصره في بعض المواقف والتي تتعارض مع قناعاته الشخصية وأن هذا المضمون التمردى يكاد يتجسد في نشاطه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما يرى أنه حر في نشر ما يجب عبر هذه المواقع وفق ما تمليه عليه قناعاته الشخصية نفس الأمر ينطبق على تكوين صداقات مع من يحب في أي وقت وكيف ما يشاء كما ينفي المبحوث تعرضه لأية مضايقات عبر هذه المواقع نظرا لتقبله للجميع وتقبل الناس لمضمونه الفني في صفحته.

الخصوصية: يرى المبحوث أن مفهومه للخصوصية هو عدم تدخل الآخرين في قناعاته الشخصية وأن هذا المضمون يتجسد في تواصله مع الآخرين، كما يرى أن حسابه ملك له وحده وأنه لم يتعرض لقرصنة حسابه، أما عن البيانات التي يشاركها مع العامة فهي اسمه ولقبه وسنه وغيرها من المعلومات والبيانات، أما عن البيانات التي لا يشاركها مع العامة فهي مهنته، كما يؤكد المبحوث أنه لا يستطيع أن يعطي معلومات حسابه السرية لشخص آخر كونها تحوي في مضمونها على محادثات خاصة لا يمكن لأحد الاطلاع عليها، كما أنه يؤكد على كونه صادقا في إعطاء بياناته الشخصية عبر هاتمه المواقع كونه يمثل شخصية فنية تسعى للشهرة والتوسع، كما نجده يسعى لتكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية خاصة خارج الوطن وذلك لتسويق منتوجه الفني وموهبته الفنية.

مجال الزمان والمكان:

يرى المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تستحوذ على كامل وقته بحكم التزامه في العمل ومسؤولياته الاجتماعية الأخرى، كما أن نشاطه بين الزمن المعيش والافتراضي لا يتميز بالسرعة كونه يعيش واقعه أكثر ما يعيشه افتراضه، كما أن زمن استخدام يكفيه بالقيام بنشاطاته كما أنه في بعض الأحيان يحتاج إلى وقت أكبر في التواصل، كما أجاب المبحوث أنه يجب أن يتذكر بعض الأحداث مثل مشاركته في بعض التظاهرات والفعاليات الفنية، أما عن الأماكن التي يراها بشكل متكرر في حسابه على هاتمه الشبكات فهي دار الشباب التي يزاول فيها عمله الفني والأماكن التي أقام بها حفلاته الموسيقية، أما عن الأماكن التي ينشرها في حسابه فهي نفسها الأماكن التي يراها بشكل مستمر مثل الأماكن التي زارها تزامنا مع نشاطاته الفنية، كما نجد أن المبحوث يحدث حسابه بشكل دوري خاصة الصفحة التي يديرها.

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيمة الأصلية (الحياء):

يرى المبحوث أن قيمة الحياء هو الخجل وعدم تجاوز حريات الآخرين ويرى أن هذه القيمة قد تغير مدلولها في الوقت الراهن نظرا لما يراه في الشارع من سلوكيات بعيدة عن عادات وتقاليد المجتمع المحافظ الذي يعيش فيه، ونجد يراعي هذه القيمة في حسابه بعدم نشر مضمون خادش للحياء في صفحته كون هاته الصفحة تحتوي على أصدقاء مقربين وفنانين وأساتذة.

المبحوث الحادي عشر:

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيمة المركزية التواصل:

يرى المبحوث أن تمثله لقيمة التواصل يعني تشكيل شبكة علاقات اجتماعية على قدر واسع في مجاله الجغرافي قصد تبادل المعارف والخبرات، ويتجسد هذا المفهوم في مواقع التواصل الاجتماعي حيث يسعى إلى توسيع شبكته الافتراضية من معارف وأصدقاء داخل الوطن وخارجه قصد تبادل المعارف والخبرات التقنية والاجتماعية والأكاديمية، حيث يرى هذا المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي قد مكنته من بناء علاقات جديدة غرضها اجتماعي وأكاديمي كونه شخص منفتح على الثقافات الأخرى، أما عن معايير قبول الفاعلين التواصليين في هذه الشبكات فهي الالتزام الأخلاقي وعدم تجاوز الحدود الأخلاقية، أما عن الطريقة المثلى بالنسبة إليه في التواصل فيعتمد المبحوث على الكتابة ونشر الصور والفيديوهات في بعض الأحيان، أما عن التزامه بأخلاقيات التواصل فنجد أن المبحوث يرد على الرسائل بشكل سريع كما أنه يعلق على أحداث أصدقائه بشكل متكرر، كما نجد مبادرا في الحديث والسؤال على الأشخاص المقربين له جدا، حيث يجيب المبحوث أنه يؤمن بجرية الاختلاف الشخصي ولكن حسب المواضيع المتناقش فيها، أما عن ردة فعله في حالة أنه صادف شخص أنه لا يوافق في الرأي فيستميل المبحوث في النقاش إلى أن يصل هو والشخص الآخر إلى نقطة توافق، كما نجد المبحوث يهتم كثيرا برد فعل الجمهور عن طريق الإعجابات والمشاركات والنشر.

تمثلات الشباب الجزائري لمجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية: يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي قد ساعدته في الارتباط الوثيق بدينه من خلال نشره للمضامين الدينية، ويقول المبحوث أنه تعرض لبعض المواقف التي تدعوه للتخلص من دينه من خلال إرسال بعض الرسائل التبشيرية، أما عن اللغة التي يتواصل بها فيستعمل اللغة الدارجة في الدردشة والعربية في النشر، أما عن استعماله للغة العربية الفصحى فنجد أن المبحوث يستعملها كثيرا في منشوراته وتعليقاته كما أنه يتواصل بها مع

أصدقائه العرب كونهم لا يفهمون الدارحة، كما يجيب المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدته على الارتباط بعاداته وتقاليده من حيث اهتمامه بالمضامين الثقافية وتجده يشارك صورا لقريته التي تحوي آثارا لحضارة قديمة ويتباهي بذلك، ومن أهم هذه العادات والتقاليد التي ذكرته بها وسائل التواصل الاجتماعي ويذكر بها في صحفته هي المواقع الأثرية والتراث البيئي بحكم أنه مهندس في الري.

الحرية: يبين لنا المبحوث أن مفهوم الحرية عنده يتمثل في تكوين ضوابط أخلاقية واجتماعية يسوقها للناس مع احترام آرائهم في حالة الاختلاف وأن هذا المفهوم يجسده في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال نشر مواضيع متعلقة بذلك، كما يرى أنه حر في نشر ما يحب عبر هذه المواقع وحر أيضا في تكوين صداقات مع من يحب، كما يجيب أنه لم يتعرض إلى أي مضايقات عبر هذه المواقع.

الخصوصية: تعني الخصوصية بالنسبة لهذا المبحوث افتخاره وانتماءه لمكان يحتوي على حضارة كانت قوية في الماضي (ثقافيا وعسكريا)، أما عن الخصوصية في شبكة التواصل الاجتماعي فيعني احتفاظه بمعلومات خاصة به دون تدخل الناس في تفاعله مع هاته الشبكات، ويرى أن حسابه ملك له وحده وأنه لم يتعرض إلى القرصنة في يوم ما، أما عن البيانات التي يشاركها مع العامة فهي اسمه ولقبه الحقيقي ومجال دراسته وسنه، أما عن البيانات التي لا يشاركها مع العامة فلا توجد، كما يجيب المبحوث أنه لا يعطي معلومات حسابه السري لأي شخص كونها معلومات خاصة جدا، كما يؤكد أنه صادق في بياناته الشخصية وهذا راجع إلى شخصية المبحوث الاجتماعية الملتزمة وكونه أيضا باحث يتواصل مع الأكاديميين هذا ما يستوجب الوضوح في بياناته، كما يرى أن تكوين الصداقات خارج الحدود الجغرافية لا يؤثر على خصوصيته بل بالعكس هذا الأمر يساعد في توسيع شبكة علاقاته الاجتماعية.

مجال الزمان والمكان:

يرى المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تستحوذ على جل وقته بل يخصص لها وقت معين، كما أن نشاطه بين الزمان المعيش والافتراضي متوازن ويحاول التوفيق بين حياته الاجتماعية والافتراضية، كما يجيب بأن زمن الاستخدام يكفي في كل النشاطات التي يريدتها، كما أن المبحوث يحاول استذكار بعض الذكريات مع الأصدقاء حول رحلات وتجارب عاشها في يوم ما، أما عن الأماكن التي يراها بشكل متكرر في حسابه فهي الجامعة التي يدرس فيها ومناطق متعددة في بلده، أما عن المناطق التي ينشرها في حسابه فهي المناطق الأثرية الخاصة بقريته وجامعته والملقيات التي يشارك فيها، كما أنه في بعض الأحيان يحدث حسابه من خلال تعديل المعلومات الخاصة بمستواه الأكاديمي والمهني.

تمثلات الشباب الجزائري لقيمة الحياء:

يفهم المبحوث قيمة الحياء من خلال معناها الديني أي عدم تجاوز الضوابط الأخلاقية والاجتماعية التي يسطرها الدين الإسلامي، كما يرى أن مفهومها تغير في الوقت الحالي من خلال المناشير التي يراها في صفحات بعض الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي، كما أنه يراعي هاته القيمة وذلك راجع لقناعاته الشخصية ولوجود أصدقاء في هاته الشبكات يحترمهم ويقدرهم.

المبحوث الثاني عشر:

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيمة المركزية التواصل:

يرى المبحوث أن التواصل يعني بالنسبة إليه التواصل مع الناس بدون تكلف أو تكبر وبدون إدخال المكانة الاجتماعية في التعاملات ويجسد هذا المبحوث مفهوم التواصل في شبكات التواصل الاجتماعي الحصول على المنافع الاجتماعية والتجارية من خلال المزاوجة بين التعارف والمنفعة، حيث يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي مكنته من الحصول على علاقات جديدة وخاصة في المجال التجاري، ويرى أن الطريقة المثلى للتواصل هي الكتابة والصور نتيجة اهتماماته بالطابع التجاري الذي يحدد سلوكه التواصل، أما بخصوص أخلاقيات التواصل فنجد أن المبحوث يرد على الرسائل في حال يسمح له الوقت بذلك نظرا لارتباطاته المهنية والاجتماعية، كما أنه في بعض الأحيان يرد على تفاعلات أصدقائه في شبكات التواصل الاجتماعي، أما بخصوص مبادرة الحديث والسؤال فهذا مرتبط بنشاطه التجاري وأصدقائه المقربين، كما نجد المبحوث يرى أن إيمانه باختلاف الرأي يكون حسب الموضوع أي طبيعة الموضوع إذا من الثوابت الدينية والأخلاقية فلا يقبل آراء الآخرين، أما إذا كان الموضوع عادي فإنه يؤمن بالاختلاف في الرأي وإذا كان هناك اختلاف في الرأي يبادر المبحوث في الجدل والإقناع، وكما أجاب المبحوث فإن نشره لموضوع ما يجعله ينتظر تفاعلات الآخرين خاصة مع المضامين التجارية التي ينشرها وذلك عن طريق الإعجابات والمشاركات.

تمثلات الشباب الجزائري لمجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية: يرى المبحوث أن شبكات التواصل الاجتماعي قد ساعدته في الارتباط بدينه كونه يتفاعل دائما مع المضامين الدينية ويقوم بمشاركتها والبحث في مضامينها، كما أجاب أنه لم يتعرض لأي مواقف اتصالية تجبره على التخلي عن دينه، أما عن اللغة التي يتواصل بها في شبكات التواصل الاجتماعي فهي اللغة الدارجة وهذا راجع إلى التعاملات التجارية مع الناس، كما يشير المبحوث أنه يتعامل أيضا باللغة العربية الفصحى وذلك في إطار المنشورات

الاجتماعية والدينية التي تقتضي التحدث بذلك ويتواصل بها كذلك مع بعض الأصدقاء ذوي المستوى العلمي والأكاديمي العالي، كما يرى المبحوث أن وسائل التوال الاجتماعي قد ربطته بالعادات والتقاليد وذلك من خلال نشر مواضيع تدعو للتشبث بالعادات والقيم السمجاء والتي تحافظ على تماسك المجتمع، أما العادات والتقاليد التي تذكره بها مواقع التواصل الاجتماعي فهي الاحتفال بالمواسم الدينية والأكلات الشعبية واللباس التقليدي وغيرها من العادات التي بدأت في التغيير وربما حتى الزوال على حد تعبير المبحوث.

الحرية: بالنسبة للمبحوث هي حرية عيش الحياة بالقناعات الشخصية مع عدم تجاوز العادات والتقاليد والأعراف العامة، ويرى هذا المبحوث أنه يجسد هاته القناعات في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال منشوراته وتعليقاته، كما يرى المبحوث أنه حر فيما ينشره فيها مع مراعاة القيمة الأخلاقية أي اختياره لمنشورات تتواءم وطبيعة المجتمع المحافظ، كما يعرج المبحوث ويقول أنه حر في تكوين صداقات مع من يجب نظرا لقناعاته الشخصية وطبيعة الشخص الصديق، كما يرى المبحوث أنه لم تحدث له مضايقات في وسائل التواصل الاجتماعي نظرا لطبيعة التفاعل التجاري الذي يمارسه في شبكات التواصل الاجتماعي.

الخصوصية: تعني الخصوصية بالنسبة للمبحوث هي تلك الخصوصية الشخصية التي تكون الفرد من خلالها خصائص حياتية واجتماعية تجعله مميذا عن الآخرين، حيث يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي وحسابه الشخصي وهو المسؤول المباشر على كل ما ينشره فيها، كما أنه لم يتعرض سابقا لقرصنة حسابه، أما عن البيانات التي يشاركها مع العامة فهي اسمه ولقبه ووظيفته، أما عن البيانات التي لا يشاركها مع العامة فهي سنه وبعض الخصوصيات الاجتماعية، كما يقول المبحوث أنه لا يعطي أي معلومات لحسابه الخاص كون حسابه على شبكة التواصل الاجتماعي سري جدا ولا يجب لأحد الاطلاع عليه، كما يرى المبحوث أنه لا مانع لتكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية كونه نشاطه التجاري يتطلب ذلك وهذا الأمر لا يؤدي إلى تهديد خصوصياته.

مجال الزمان والمكان:

يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي لم تستحوذ على جل وقته كون يستعملها استعمالا عقلانيا ومرتبطة أيضا بالضروريات التجارية، كما أن زمنه المعيش أكثر من زمنه الافتراضي، حيث أن الوقت المخصص لاستعمال هاته الشبكات يرى فيه المبحوث أنه وقت كافي للقيام بجل نشاطاته التجارية، كما لا يحاول المبحوث استذكار الأحداث التي تهمه كونها أحداث مضت ولا مجال لإعادة عيشها، أما عن الأماكن التي يراها بشكل متكرر في حسابه فهي الأماكن المعتاد الذهاب إليها كالمعمل والحى الذي يقطن فيه وبعض مناطق القطر الجزائري، أما عن الأماكن التي يعمل المبحوث على نشرها فهي أماكن بيع السيارات والأسواق الأسبوعية وأيضا بعض الأماكن الأثرية، كما يرى المبحوث أنه لا يجد معلومات حسابه كونها غير مهمة.

تمثلات الشباب الجزائري نحو قيمة الحياء:

يعني الحياء بالنسبة للمبحوث هو عدم التجاوز السلبي للعادات والأعراف الاجتماعية والدينية التي تحدد الحياء وتحدد القيم الاجتماعية، كما يرى هذا المبحوث أن قيمة الحياء بدأت في الاندثار نظرا لانفتاح السلبي الذي قضى على هاته القيمة، ويرى المبحوث أنه يراعي هاته القيمة أثناء نشره للمحتوى الافتراضي من خلال تفادي المنشورات المخلة بالحياء وحظر من يقوم بنشرها على صفحته، أما عن مصدر الحياء فهو مصدر إلهي محظ أي متعلق بكون ما هو ديني واجتماعي.

المبحوث الثالث عشر:

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيمة المركزية التواصل:

يرى المبحوث أن التواصل هو تبادل الخبرات الاجتماعية والمهنية المهدف منها تحسين الحالة الاجتماعية والمهنية، حيث يجسد المبحوث هاته النظرة في تواصله الشبكاتي، حيث يرى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد مكنته من الحصول على علاقات جديدة وخاصة اختياره لشريك الحياة، حيث أن دوافع بناء هاته العلاقات هي تكوين صداقات جديدة المهدف منها مشاركة المعارف في تخصصات وميادين جديدة، أما عن الأشخاص الذين يشاركونه هذا الاهتمام فهم من يقبل صداقاتهم، أما عن معايير قبول الفاعلين فهي في إطار التخصص الأكاديمي الذي ينشط فيه هذا المبحوث، أما عن الطريقة المثلى للتواصل فهي الكتابة والصور، وفيما أخلاقيات التواصل فوجد أن المبحوث يرد على رسائل الأشخاص الذين يعرفهم فقط، كذلك يعلق على الأحداث التي تمهم الأصدقاء، فوجد ان المبحوث يتفاعل مع منشورات الأصدقاء المقربين دونهم، أما عن المبادرة بالحديث والسؤال فيقوم بها إلا مع شريك حياته فقط، كما يرى المبحوث أن الاختلاف في الرأي أم صحي وخاصة في الآراء الأكاديمية، أما في حالة مصادفته من لا يوافقها في الرأي في منشورات المبحوث فإن المبحوث يدخل في جدال ونقاش مع هؤلاء الأشخاص، كما يرى المبحوث أنه حينه ينشر منشورا على حسابه الخاص فإنه لا ينتظر ردود فعل من الجمهور.

تمثلات الشباب الجزائري لمجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية: يرى المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تساعده على الارتباط بدينه كونه يملك رصيد ديني وبالتالي لا يحتاج إلى هاته المواقع في تعلم دينه، كما يقول المبحوث أنه لم يتعرض لأي موقف يدعو للتخلي عن دينه، أما بخصوص لغة التواصل فإن المبحوث يستعمل اللغة الأكاديمية وفي بعض الأحيان الدارجة، أما عن استعماله للغة العربية الفصحى فهي اللغة التي تأخذ حيزا كبيرا في تعاملاته الافتراضية، كما يتوصل المبحوث كثيرا مع أصدقائه حيث يقول أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدته في الارتباط بالعادات والتقاليد من خلال الإعجاب بصفحات التي

تحتوي على هاته المضامين، أما عن العادات والتقاليد التي ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي تذكير المبحوث بها أو ذكر بها هو فهي تتمثل في الطقوس والاحتفالات الموسمية واللباس التقليدي.

الحرية: يرى المبحوث أن الحرية تتمثل في حريته الفكرية وأن هذا المفهوم جسده في نشاطه في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال التفاعل الأكاديمي وطرح الأفكار الخاصة به بحرية مطلقة، كما يرى المبحوث أنه حر في نشر ما يحب عبر هذه المواقع، كما هو حر أيضا في تكوين صداقات معه من يحب في هذه المواقع، كما يعرج أنه لم يصادف أن تعرض إلى مضايقات في هاته الشبكات.

الخصوصية: يرى المبحوث أن الخصوصية تتمثل في امتلاكه حياة خاصة لا دخل للناس فيها وأن تسييره لشؤون حياته يتم وفق قناعاته الشخصية، كما يرى المبحوث أن حسابه على شبكات التواصل الاجتماعي ملك له وحده ويتحمل كافة المسؤولية فيما ينشره فيها، كما يجيب أنه لم يتعرض لأي محاولة لقرصنة حسابه، أما عن البيانات التي شاركها مع العامة فهي معظم بياناته الحقيقية من اسم ولقب وعمر ومهنة، أما عن البيانات التي لا يشاركها مع العامة فهي حالته الاجتماعية، كما يؤكد المبحوث على عدم إعطائه لمعلومات حسابه السرية مهما كانت طبيعة هذا الشخص، كما يقول أنه صادق في بعض البيانات الشخصية كون العالم الافتراضي لا يمكن أن تعطي له جميع معلوماتك، كما يرى المبحوث أن تكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية لا يؤثر على خصوصيته بل بالعكس فإنشاءه لصفحات في وسائل التواصل الاجتماعي هدفها تكوين صداقات وخبرات خارج الإطار الجغرافي ذات بعد أكاديمي.

مجال الزمان والمكان:

يرى المبحوث أن استعماله لشبكات التواصل الاجتماعي محدود ولا يؤثر على إنجازاته لمختلف نشاطاته اليومية، كما أن نشاطه في الزمن المعيش يتجاوز نشاطه في الزمان الافتراضي مما يجعله أسرع، أما عن زمن استخدام فيرى المبحوث أن الوقت الذي يمارسه داخل شبكات التواصل الاجتماعي يكفيه لجل نشاطاته داخلها، كما يجيب المبحوث أنه لا يجب استذكار الأحداث التي تهمه كونه لا يستعمل هاته المواقف بجدية، أما عن الأماكن التي يراها بشكل متكرر في حسابه فهي حيه ومدينته، أما عن الأماكن التي يعمل على نشرها فهي قريته ومكان عمله، كما نجد أن المبحوث لا يعمل على تحديث حسابه بشكل دوري كونه غير مهتم بذلك.

تمثلات الشباب الجزائري نحو قيمة الحياء:

بالنسبة للمبحوث هو الحفاظ على الحشمة في اللباس والكلام، ويرى المبحوث أن مدلولها تغير في وقتنا الحالي حيث أصبحت هاته القيمة في صراع مع الانفتاح والتطور وهذا أمر خطير، كما نجد أن هذا المبحوث يراعي هاته

القيمة جيدا في نشره للمضامين التواصلية في شبكات التواصل الاجتماعي حيث يعقب ويقول أن هاته القيمة مصدرها إلهي من جهة وكون وجود أصدقاء مقربين يحترمهم من جهة أخرى.

المبحوث الرابع عشر:

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيمة المركزية التواصل:

يرى المبحوث أن التواصل بالنسبة إليه التعرف على أصدقاء جدد وبناء شبكة علاقات اجتماعية جديدة ويرى أنه يجسد هذا المفهوم في شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يرى أن هاته الشبكات قد مكنته من بناء علاقات جديدة، أما عن دوافع بناء هاتما العلاقات فهي التعرف على الجنس الآخر بغرض الزواج من جهة وتبادل الخبرات الاجتماعية والثقافية من جهة أخرى، أما عن معايير قبول الفاعلين في هذه الشبكات فيرى المبحوث أنه لا يمتلك معايير معينة في قبول طلبات الصداقة، لكنه يتعرف على الشخص من دخوله لحساب الشخص الذي أرسل له طلب صداقة والبحث عن احتوائه لمضامين غير أخلاقية أو العكس فيبادر المبحوث إما بحذف طلب الصداقة أو قبوله، أما بخصوص الطريقة المثلى بالنسبة إليه في التواصل فهي الكتابة والصور كما يجب المبحوث فيما يخص أخلاقيات التواصل أنه يرد على الرسائل لكن حسب طبيعة الرسالة ومضمونها وصاحبها، كما يجب المبحوث أنه يعلق ويتفاعل مع أصدقائه ومنشوراتهم دائما، أما بخصوص المبادرة في الحديث والسؤال فيبادر المبحوث الحديث والسؤال للأشخاص المقربين في حياته فقط، كما نجد المبحوث يؤمن بالاختلاف لكن حسب الموضوع المطروح وعند سؤاله عن مصادفته لموقف لا يوافق في الرأي فقد أجاب المبحوث أنه يبادر للجدال ومناقشة الأفكار كما أجاب المبحوث أنه دائما ينتظر رد فعل الفاعلين التواصليين لمنشوراته عن طريق التعليقات والإعجابات والمشاركات.

تمثلات الشباب الجزائري نحو مجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية: يرى المبحوث بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لم يساعده في التشبث بدينه كون حسابه في شبكات التواصل الاجتماعي مخصص للترفيه فقط، كما أنه لم يتعرض لأي دعوة للتخلي عن دينه، أما عن لغة التواصل فهي اللغة الدارجة كلغة عامة ومستعملة للترفيه، أما عن اللغة العربية الفصحى فنجد أن المبحوث لا يستعملها في كتاباته وكذا التواصل مع أصدقائه، أما عن مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في ارتباط المبحوث بعاداته وتقاليده فنجد أن المبحوث قد أجاب بوجود ذلك من خلال متابعته لصفحات تهتم بذلك، أما عن العادات والتقاليد التي ساهمت في تذكير المبحوث بما أو ذكر المبحوث بها فهي المواقع والصفحات التي تدعو للحفاظ على القيم الاجتماعية والحشمة واللباس التقليدي.

الحرية: فيما يخص تمثل المبحوث للحرية فنجد أن المبحوث يرى فيها تلك السلوكيات التي تجعل منه شخصا مستقلا في تفكيره وطريقة لباسه وكلامه، ويرى المبحوث أنه يجسد هذا المفهوم في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال منشوراته، كما يجيب أنه حر في نشر ما يحب في هاته المواقع وكذا حرته في تكوين صداقات مع من يحب في هاته الشبكات، كما نجد أن المبحوث قد تعرض لمضايقات اجتماعية من أشخاص متطفلين على حسابه.

الخصوصية: يرى المبحوث أن تمثل الخصوصية في عقله يعني عدم تدخل الناس في قناعاته وطريقة تسييره لحياته، كما يرى أن حسابه على شبكات التواصل الاجتماعي ملك له وحده، حيث يعرج أنه تعرض لعدة محاولات لقرصنة حسابه، أما عن البيانات التي شاركها مع العامة فهي اسمه ولقبه وصورته، أما عن البيانات التي يخفيها فهي سنه وحالته العائلية، كما نجد ان المبحوث أنه صادق في بعض البيانات فقط ويرى أنه صادق أيضا في بعض البيانات الأخرى، كما أن تكوين صداقات خارج النطاق الجغرافي الذي يعيش فيه لا يهدد حفاظه على خصوصيته بل بالعكس تماما هذا الأمر يوسع من شبكة علاقاته الاجتماعية من جهة والافتراضية من جهة أخرى.

مجال الزمان والمكان:

يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي لا تستحوذ على جل وقته بل يخصص لها وقت معين نظرا لمسؤولياته المختلفة، كما أن نشاطه في الزمن المعيش أكبر من الزمن الافتراضي، أما بخصوص جوابه عن زمن الاستخدام فيجيب المبحوث أن زمنه الافتراضي يكفيه جدا في تصفح هاته الشبكات، كما نجد المبحوث لا يحب استذكار الأحداث التي تمهه في مواقع التواصل الاجتماعي كونها غير مهمة بالنسبة إليه، أما عن الأماكن التي يراها بشكل متكرر في حسابه فهي دار الشباب والجامعة وحي ه الذي يقطن فيه، أما فيما يخص الأماكن التي يسعى لنشرها في حسابه فهي الأماكن السياحية التي يزورها، كما يرى المبحوث أنه لا يحدث حسابه بشكل دوري نظرا لعدم أهمية ذلك.

تمثلات الشباب الجزائري نحو قيمة الحياء:

يرى المبحوث أن الحياء بالنسبة إليه هو مراعاة الجوانب الأخلاقية والتعاملات الاجتماعية في الوسط الذي يعيش فيه، حيث يعرج ويقول أن هاته القيمة بدأت في الزوال شيئا فشيئا في وقتنا الحالي، كما أنه عندما يشارك أي مضمون تواصل في حسابه فإنه يراعي هاته القيمة كونه يأخذ بعين الاعتبار احتواء قائمة الأصدقاء على الأهل والأقارب والمعارف الذين يحترمهم، كما أن للحياء بعد يني يجعله يراعي هاته القيم في شبكات التواصل الاجتماعي.

المبحوث الخامس عشر

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيمة المركزية التواصل:

يتمثل مفهوم التواصل بالنسبة للمبحوث في التواصل الاجتماعي، أي تكوين علاقات أخوية وفق ما تقتضيه قيم الدين الإسلامي، فبخصوص تجسيد هذا المفهوم في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن المبحوث ينتقي أفراد معينين حسب شخصية ومهنة الفاعلين التواصليين الذين يتواصل معهم، كما يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي قد ساعدته في الحصول على علاقات جديدة خارج إطار معارفه الواقعيين، وقد فتحت له آفاق اجتماعية ومهنية كبيرة، أما عن دوافع بناء هاته العلاقات فالهدف منها اجتماعي مهني الأول تكوين علاقات جديدة خارج الإطار الجغرافي والثاني جلب وتسويق للرياضة التي يمارسها والقاعة التي يمتلكها، أما عن معايير قبول الفاعلين التواصليين فهو قريهم من المجال الاجتماعي والمهني الذي يعيشه المبحوث، أما عن الطريقة المثلى بالنسبة للتواصل فهي عادة الكتابة والصور وفيما بعض المرات الفيديوهات التسويقية للرياضة والقاعة التي يمتلكها، أما عن التزام بأخلاقيات التواصل فيجيب المبحوث أنه يرد على الرسائل مهما كان مضمونها ومرسلها، كما يتفاعل المبحوث كثيرا مع الأحداث التي تهم أصدقائه وتجده دائما يعلق ويشارك تلك الأحداث، أما في الحديث والمبادرة في السؤال فنجد المبحوث ينتقي هاته الخاصية حسب الشخص والموضوع الذي يستحق منه السؤال والمبادرة في الحديث، كما نجد المبحوث يؤمن بالاختلاف في الرأي لكن حسب المواضيع التي يتم النقاش فيها، أما عن ردود الأفعال فنجد المبحوث يبادر الفاعلين التواصليين بالنقاش والجدال ثم يميل إلى تعديل المنشور إذا كانت الفكرة التي نشرها خاطئة حيث يعرج المبحوث ويقول أن التغذية الراجعة حول منشوراته ونشاطاته التواصلية والرياضية من تعليقات وإعجابات ومشاركات مهمة بالنسبة إليه بشكل كبير.

تمثلات الشباب الجزائري نحو مجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية: يرى المبحوث أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعده كثيرا في الارتباط بدينه، حيث نجد المبحوث يشارك ويعلق كثيرا عن المواضيع الدينية وخاصة الأدعية والأذكار والأحاديث النبوية والآيات القرآنية ونجد أن الشخص المبحوث لم يتعرض إلى موقف اتصالي يدعوه للتخلي عن دينه في هذا الموقف وعن اللغة التي يستعملها كلغة تواصلية فهي في الأغلب اللغة الدارجة في حالة الدردشة، كما يستعمل المبحوث اللغة العربية الفصحى في نشر المواضيع والتعليق عليها ولا يستعملها في التواصل مع أصدقائه إلا في بعض الحالات، أما عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في ربط المبحوث بعادات وتقاليدته يشير هنا المبحوث أنه كثير الاهتمام بهذا الموضوع من خلال تفاعله

الدائم مع الصفحات التي تحمل في مضمونها هاته المواضيع، أما عن العادات والتقاليد التي ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي تذكري المبحوث بها أو يذكر المبحوث بها فهي اللباس المستور والمحتشم والبيوت التقليدية والفلكلور.

الحرية: يربط المبحوث الحرية في إطارها الديني، أي أن حريته تكون في إطار الحدود الدينية والاجتماعية، حيث يجسد هذا المفهوم في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال نشر ما يعليه عليه دينه مع هامش حرية للعقل في تسويقه لمضامينه التواصلية، كما نجد المبحوث أنه حر في نشر ما يحب في هاته المواقع وأن أي منشور يتحمل كافة مسؤولياته الأخلاقية والأدبية، كما أنه حر في تكوين صداقات مع من يحب في هذه الشبكات، حيث نجد أن المبحوث قد تعرض لبعض المضايقات الاجتماعية في هاته الشبكات والذي يحسدونه على نجاحه التجاري والرياضي.

الخصوصية: تعني الخصوصية بالنسبة للمبحوث عدم تدخل الآخرين في شؤونه الشخصية كونها خط أحمر بالنسبة إليه، كما يعتبر أن حسابه على هاته الشبكات ملك له وحده ولا دخل للآخرين فيما ينشره أو يعلق عليه في صفحته، كما أنه تعرض في بعض الأحيان لمحاولات قرصنة حسابه والصفحة التي يديرها، أما عن البيانات التي يشاركها مع العامة فهي بياناته الشخصية كلها من صورته واسمه وسنه ونوعية النشاط الذي يمارسه، أما عن البيانات التي لا يشاركها فهي سنه وحالته العائلية، كما يشير المبحوث أنه لا يعطي أي أحد حسابه السري مهما كان هذا الشخص كونه يحتوي على خصوصيات عائلية واجتماعية لا يمكن لأحد الاطلاع عليها، كما يجب المبحوث أنه صادق في بياناته الشخصية ودليل ذلك وضعه لصورته واسمه الحقيقيين، كما يشدد المبحوث على دور تكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية وعدم تأثيرها السلبي على خصوصيته، بل بالعكس فنشاطه المهني ونشر ثقافة الرياضة التي يمارسها تجعله يوسع نطاق الصداقات خارج الإطار الجغرافي الذي يعيش فيه.

مجال الزمان والمكان: يرى المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تستحوذ على جل وقته بل بالعكس نجد المبحوث يوازن بين عمله ونشاطه الافتراضي، كما أن نشاطه الواقعي أبطئ من النشاط الافتراضي نظرا لجدية عمله، أما عن زمن الاستخدام فنجد أن المبحوث يكتفي بوقت معين على شبكة التواصل الاجتماعي ويقول أن هذا الوقت يكفيه لنشاطاته داخل هاته الشبكات، أما عن استذكار بعض الأحداث فنجد أن المبحوث يشارك كثيرا الأحداث التي تهمه ومداوم على ذلك، أما عن الأماكن التي يراها بتكرار في هاته الشبكات فهي الأماكن التي يزاول فيها نشاطه المهني وأيضاً حيه، أما عن الأماكن التي يعمل على نشرها في حسابه فهي قاعته الرياضية ومكان تدريبه، أما عن تحديث حسابه فنجد المبحوث من حين إلى آخر يعدل في بياناته الشخصية مثل السن ونوعية النشاط.

تمثلات الشباب الجزائري نحو قيمة الحياء:

يرى المبحوث أن الحياء بالنسبة إليه هو الالتزام بتعاليم الدين الإسلامي في المأكل والمشرب واللباس، ويرى أن هذه القيمة قد فقدت قيمتها نظرا للانحلال الخلقي الموجود في وقتنا الحالي، كما أنه يعطي اعتبارا لهاته القيمة أثناء نشره للمضامين التواصلية في حسابه من نصح للناس بالالتزام الحياء والحشمة.

المبحوث السادس عشر

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيمة المركزية التواصل:

يرى المبحوث أن التواصل بالنسبة إليه هو تكوين علاقات جديدة في المحيط الضيق والواسع في المجتمع، حيث يجسد هذا المفهوم في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تكوين شبكة علاقات افتراضية خارج حدود المكان الذي يعيش فيه، كما يشير المبحوث أن هذه الشبكات قد ساعدته في تكوين علاقات جديدة لأشخاص لم يكن يعرفهم لا في ولايته أو خارجها، لكن مكنته هاته الوسائل من ذلك، ففي أسباب ودوافع بناء هاته العلاقات يتكلم المبحوث عن شغفه للتعرف على أصدقاء جدد يروون له تجاربهم وعاداتهم وتقاليدهم وتبادلها معهم، أما عن معايير قبول الأصدقاء يجيب المبحوث أنه لا يمتلك معايير محددة سوى المعاملة الحسنة، أما عن الطريقة المثلى للتواصل فتتمثل في الكتابة ونشر الصور، أما عن الالتزام بأخلاقيات التواصل فنجد المبحوث أنه يرد على رسائل محدد ولمقريه فقط، كما يتفاعل كثيرا مع أحداث أصدقائه بالتعليق والمشاهدات، أما عن المبادرة في الحديث والسؤال فهناك أشخاص معينين فقط يبادر معهم الحديث والسؤال دون غيرهم، كما نجد المبحوث يؤمن بالاختلاف لكن حسب المواضيع المختارة، أما عن سؤالنا عن رد فعله في حالة الاختلاف في الرأي فإن المبحوث يبادر إلى حذف المنشور الذي أثار جدلا لكي لا يعمق من حجم الاختلاف، كما أن المبحوث يجب ردود الأفعال من أصدقائه ومقريه في حالة نشره للمضامين التواصلية.

تمثلات الشباب الجزائري نحو مجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية: يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي قد ساعدته على الارتباط بدينه من خلال التفاعل مع المضامين الدينية التي تحتويها شبكات التواصل الاجتماعي وأنه لم يتعرض لمواقف تدعوه للتخلي عن دينه، أما عن لغة الاستعمال في هاته الشبكات فهي اللغة الدارجة كما يعرج المبحوث في قوله عن قوله في اللغة العربية الفصحى واستعماله لها كلغة التواصل فإن المبحوث لا يستعملها إطلاقا نظرا للشريحة التي يتعامل معها كونها شريحة بسيطة، كما يجيب المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي قد ربطته بالعادات والتقاليد كونه يتفاعل مع الصفحات التي تدعو

للحفاظ على العادات والتقاليد، أما عن العادات والتقاليد الذي يذكرها به موقع الفيسبوك أو يذكر بها هو فهي الحفاظ على اللباس التقليدي والأعياد والمناسبات الدينية.

الحرية: يرى المبحوث أن مفهوم الحرية يتمثل في كون امتلاكه لقناعات شخصية في فعل ما يريد ولا يجب إملاءات الناس عليه، وأن هذا التصور يجسده في مواقع التواصل الاجتماعي أي حرية نشر ومشاركة المواضيع التي يعتبر نفسه مقتنعا بها، كما أنه حر في نشر ما يجب من مضامين تواصلية كما يجب المبحوث أنه قد واجه مجموعة من المضايقات الاجتماعية من طرف أصدقائه القدامى.

الخصوصية: تعني الخصوصية بالنسبة للمبحوث حياته الشخصية أي لا دخل لأحد في توجهاته ونظراته لقضايا معينة تخصه، كما نجد المبحوث لم يتعرض لأي محاولات قرصنة وبخصوص البيانات التي يشاركها مع العامة فهي اسمه ولقبه وصورته الشخصية، أما البيانات التي لا يشاركها مع العامة فلا توجد أما عن إعطائه لمعلومات حسابه السرية لأي شخص فيجب المبحوث أنه يرفض ذلك تماما كون هذا الأمر جزء من خصوصيته، أما عن تكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية وتأثيرها على خصوصية المبحوث فنجد أن المبحوث لا يوافقنا الرأي حيث أنه لا دخل للحدود الجغرافية في ذلك بل بالعكس فتكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية أمر مهم بالنسبة إليه.

مجال الزمان والمكان:

يرى المبحوث أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تستحوذ على جل وقته وأن استعمالها يكون في وقت الفراغ فقط، أما باقي الأعمال فهي من الضروريات أما عن بطء الزمن المعيش والافتراضي وسرعته فيجب المبحوث أن الزمن الافتراضي سريعا دون المعيش ولا يحس بالوقت حين يستعمل شبكات التواصل الاجتماعي، أما عن زمن الاستخدام فيجب المبحوث أن زمن استخدامه يكفيه جدا، أما عن استذكار الأحداث فيجب المبحوث أنه يحب هاته الخاصية الموجودة مؤخرا على موقع الفيسبوك ويكاد يستعملها دائما في أحداث معينة حصلت له، أما عن الأماكن التي يراها بشكل متكرر في هاته الشبكات فهي حيه ومكان الدراسة والعمل، أما عن الأعمال والأماكن التي يعمل على نشرها في هاته المواقع فهي الأماكن التي يذهب إليها مع أصحابه كالرحلات والتظاهرات الثقافية، كما نجد المبحوث لا يحدث معلومات حسابه الشخصي نظرا لعدم قناعته بذلك.

تمثلات الشباب الجزائري نحو قيمة الحياء:

يرى المبحوث أن الحياء هو عدم جرح الآخرين بكلام معين أو لباس معين وتسريحة الشعر المعينة، أما مدلولها الواقعي فنجد المبحوث متحصرا على الواقع الحالي كون قيمة الحياء اندثرت ولم تعد رأسمال للمجتمع الجزائري بسبب اللباس وتسريحة الشعر الموجودة، أما عن مراعاته لقيمة الحياء أثناء نشره للمضامين التواصلية نجد أن المبحوث يراعي هاته القيمة كونه يمتلك في قائمة الأصدقاء عائلته وأقاربه.

المبحوث السابع عشر

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيمة المركزية التواصل:

يرى المبحوث أن مفهومه للتواصل هو تبادل الخبرات مع الآخرين في مجالات عديدة اجتماعية منها وتقنية، أما عن تجسيده لهذا المفهوم فنجد المبحوث يتواصل مع أصدقائه وفق تواصل ثقافي واجتماعي، أما عن مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوث في الحصول على أصدقاء جدد فيقول المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي قد فتحت له آفاق جديدة خاصة في مجال الهواية التي يمارسها أما عن دوافع بناء هاته العلاقات فهي تبادل معارف تقنية في مجال التصوير، كما يرغب المبحوث في توسيع شبكات العلاقات الموجودة لديه قصد تنويع تلك الخبرات، أما عن معايير قبول الفاعلين داخل هاته الشبكات فهي انتقائية بالنسبة له، حيث يقبل فقط معارفه والذين يشاركونه مهنة التصوير، أما عن الطريقة المثلى للتواصل فهي عبارة عن صور بالدرجة الأولى ثم تليها الكتابة، أما عن التزامه بأخلاقيات التواصل فنجد أن المبحوث يرد على رسائل معينة دون الأخرى خاصة في ميدان التواصل التقني مع تقنيي التصوير والأصدقاء المقربون ويكتفي المبحوث بالتعليق عن المواضيع التي تهتمه وتهتم أصدقاءه المقربين فقط وعائلته، أما عن المبادرة في الرد عن الرسائل فنجد أن المبحوث انتقائي في ذلك، أما عن المبادرة في الحديث والسؤال مع معارفه المقربين فقط، أما بخصوص قضية إيمانه بالاختلاف فالأمر مرتبط بنوعية المواضيع المطروحة من متغيرات وثوابت، أما في حالة وجود اختلاف في الرأي فإن منشورات المبحوث تتميز بالانسيابية حيث يدخل هذا المبحوث في جدال في بعض الأحيان وفي أخرى يسعى إلى حذف المنشور إذا كانت الفكرة التي نشرها خاطئة، كما يجب المبحوث أنه يجب الآراء التي تأتيه نتيجة لنشره لمنشور معين وهذا كونه مصور وبالتالي يحتاج إلى تقييم جودة صورته وثناء الناس عليها خاصة عن طريق المشاركة والتعليق والإعجاب.

تمثلات الشباب الجزائري نحو مجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية: يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي لم تساعده في التشبث بدينه نظرا لتوجه المبحوث لاستعمال شبكات التواصل الاجتماعي ترفيهيا، كما نجد المبحوث أنه لم يتعرض لمواقف تدعوه للتخلي عن دينه، أما اللغة التي يتواصل بها فهي اللغة الدارجة من جهة واللغة الرمزية عن طريق الصور من جهة أخرى، أما عن اللغة العربية الفصحى فاستعمالها لها محدود حسب الحالات التعارفية أو التقنية كما أنه يتواصل بها مع بعض الأصدقاء الذين لا يتقنون اللغة الدارجة ولا يفهمونها وهم الأشخاص الذين لا يشاركونه حدود الوطن، ويرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي قد ساعدته في التشبث بالعادات والتقاليد وذلك من خلال تفاعله مع المضامين الفنية التي يتعامل معها كموروث مادي ومعنوي، أما عن العادات والتقاليد التي يذكرها بما موقع الفيسبوك أو يحاول هو التذكير

بها فهي الموروث المادي والمعنوي الذي تم التكلم عليه في السابق من لباس تقليدي ونوعية الأبنية الأثرية وغيرها من التقاليد والعادات.

الحرية: يرى المبحوث أن مفهوم الحرية بالنسبة له حرية إبداء الرأي والدفاع عنه مهما كانت طبيعة الأشخاص والظروف، حيث يجسد هذا المضمون في تعاملاته الافتراضية من خلال إبداء رأيه في قضايا معينة وفق نظرتة وقناعاته الشخصية، كما يرى المبحوث أنه حر في نشر ما يجب حسب ميولاته الاجتماعية والثقافية والفنية كما أنه حر في تكوين علاقات افتراضية كما يجب هو، كما نجد المبحوث قد تعرض لبعض المضايقات التقنية نتيجة نشاطه الفني.

الخصوصية: تتمثل الخصوصية عند هذا المبحوث في سرية معلوماته وعلاقاته الاجتماعية ويرى أن حسابه ملك له وحده ولا دخل لأحد في نوعية منشوراته وكتاباتة كما أنه يتعرض لقرصنة وإيقاف حسابه الفيسبوك حيث أعاد إنشاء حساب جديد بنفس خصائص الحساب القديم، أما عن البيانات التي يشارك بها العامة فهي معظم بياناته كاسمه ولقبه وصورته الحقيقية، أما عن البيانات التي لا يشاركها مع العامة فهي رقم هاتفه وبعض المعلومات الشخصية، أما عن إعطائه لمعلومات شخصية والسرية لحسابه لشخص آخر فنجد المبحوث يرفض ذلك تماما كونها تعتبر نوع من الخصوصية، كما يجب أنه صادق في معلوماته كونها حقيقية وهذا الأمر راجع لإنشائه لحساب شخصي حقيقي الهدف منه تحسين وتكوين خبرات فنية واجتماعية، كما يرى أن تكوين صداقات خارج النطاق الجغرافي لا يهدد خصوصيته الثقافية بل بالعكس فطبيعة مهنته تقتضي ذلك.

مجال الزمان والمكان:

يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي لم تستحوذ على جل وقته بل يستعملها بصورة عقلانية وأن الزمن الواقعي أكبر من الزمن الافتراضي وأبطئ منه كونه يعيش حياته بتفاصيلها كما يرى أن الوقت المستخدم يكفيه بصورة كبيرة في استخداماته لكافة نشاطاته في هاته المواقع، أما عن استذكار بعض الأحداث فنجد أن المبحوث يجب هاته الخاصية جدا ويستعملها كلما ذكره الفيسبوك بذكريات أو أحداث قد مرت عليه من قبل، أما عن الأماكن التي يراها المبحوث بشكل متكرر فهي الأماكن التي يباشر فيها حياته كالجامة ودار الشباب والأماكن التي يقوم بتصويرها، أما عن الأماكن التي يعمل على نشرها فهي التظاهرات الثقافية والاجتماعية والخيرية التي يعطيها بعدا إعلاميا، كما أنه في بعض الأحيان يقوم بتحديث معلوماته الشخصية إذا سمح له الوقت.

تمثلات الشباب الجزائري نحو قيمة الحياء:

يرى المبحوث أن الحياء هو التزام الفرد بالضوابط القيمية والأخلاقية التي يستحسنها المجتمع، حيث أن نجد أن هذه القيمة قد فقدت قيمتها بسبب الانفتاح الإعلامي والافتراضي الذي غير هذ المفهوم، كما يجب أنه يراعي هذه

القيمة أثناء نشره لمحتوى افتراضي معين كون هناك أقارب وأساتذة معهم في قائمة الأصدقاء يخشى من أن هذه المنشورات قد تخدش الحياء بينه وبينهم.

المبحوث الثامن عشر:

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيمة المركزية التواصل:

يرى المبحوث أن التواصل مرتبط بمنظومة القيم الدينية والأخلاقية أي مرتبط ارتباطا وثيقا بالوازع الديني، حيث يتجسد هذا المفهوم في تواصله مع الأهل والأقارب أي في إطار علاقات القرابة، أما عن العلاقات الجديدة فإرادي المبحوث فيها مقياس التدين والمستوى التعليمي والإطار الدعوي عموما قصد التفاعل الإيجابي بغية تبادل الأفكار المكرسة على مبدأ التواصل القيمي، فالمبحوث ينتقي الأفكار لا الأشخاص والطريقة المثلى التي يستخدمها المبحوث في الرسائل هي الرسائل الصوتية التي يراها أكثر إقناعا وإيصالا للمراد من التواصل، هذا ما يجعله يلتزم بأخلاقيات يعتبرها ضابطا يحتكم إليه فهو يقوم بالرد والتعليق فقط على الأحداث المهمة التي تدور في فلك اهتمامه الديني والعائلي ودون ذلك يعتبر مضيعة للوقت بدليل أنه لا يبدي رأيه في هذه المواقع التواصلية ويكتفي بالفاير كوسيلة تواصلية.

تمثلات الشباب الجزائري نحو مجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية: يرى المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي لا يمكنها أن تضيف أي شيء للجانب الديني في حياته، فهو يعتبر حفظه للقرآن وإمامته في المسجد واحتكاكه بأقرانه من المتدينين أنفع وأفيد في حين وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر مضيعة للوقت فقط، حيث يجب أنه لم يتعرض لأي محاولات لاستهداف أفكاره ومبادئه وتغييرها، كما أن يستخدم اللغة العربية الفصحى التي صقلها وأجادها من خلال حفظه للقرآن الكريم، كما يستخدم الدراجة في اتصاله مع أخته في فرنسا وأمه وكل أفراد أسرته حفاظا على بقاء هذه العلاقة، وذهب المبحوث إلى أبعد من ذلك فلا يرى في هذا العالم الافتراضي أي دور في الحفاظ على العادات والتقاليد بل يعتبرها معولة هدم يمكنه القضاء على القيم الاجتماعية خاصة لأن يؤسس لعلاقات لا يجذبها الدين والعرف الاجتماعي بل يمكن أن تستخدم كوسيلة لتدمير القيم الاجتماعية فهي تساهم في تعثر الرسالة الدعوية في عصر الوسيلة.

الحرية: يرى المبحوث أن الحرية مقيدة بضوابط الالتزام بما أمر به الشرع ونهى عنه العرف، فهو يلتزم في انتقاء ما يرى وما يسمع على هذه الفضاءات التواصلية، فالحرية لا تعني عنده نشر أي شيء وفي أي وقت دون مراعاة الفئة المستهدفة من النشر، كما أن صداقاته مقتصرة على الأهل والأقارب والنخب الدينية والثقافية، كما يراعي جذب

الأصدقاء نحو المضامين الدينية وهذا يجعله يجد رفضا واستنكارا من الذين يطلعون على حسابه وكأنهم يشعرونه بأنه يغرد خارج السرب أو يعيش في كوكب آخر حيث أن الزمان على حد قولهم تجاوز هذه الأفكار.

الخصوصية: يعتبر المبحوث هذا المؤشر خط أحمر لا يمكن تجاوزه كالصور العائلية والمعلومات الخاصة وحتى أفكاره التي يعتبرها منهجا في حياته لا يمكنهم مناقشتهم فيها، ولذا يعمد إلى استعمال هذه المواقع لأنها تحافظ على خصوصية الأفراد فبإمكان أي شخص الاطلاع على حسابك الخاص، لذلك لا يشارك عامة الناس في بياناته الخاصة فهو يركز على المحتوى التعليمي والوضع الاجتماعي كما يمكنه من تكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية بشرط أن يكون القاسم المشترك هو التدين والالتزام والعمل في المجال الدعوي والإرشادي والتثقيفي.

مجال الزمان والمكان:

من أكثر الأشياء والأسباب التي جعلت المبحوث ينفر من هذه الفضاءات التواصلية هو اعتبارها مضيعة وهدرًا للوقت على حساب أعمال أكثر أهمية كالعبادات والطاعات ولا يخصص لها إلا ساعة واحدة تقريبا، وبالتالي تصبح العادة محل العبادة إذا أدمن على استعمالها فالزمن عنده مقرون بالفائدة والمنفعة، ووسيلة الفاير وحدها تمثل له الغاية من خلال اعتبارها أداة تواصلية تؤسس لصلة الرحم وهي جزء لا يتجزأ من العبادة، ويمكن في ذات الوقت الاطلاع على الأماكن التي لها علاقة بما يزاوله من نشاط دعوي كصور وعناوين المساجد والزوايا والدورات الدينية وصور المشاعر والمناسك الدينية كالحج والصلاة والدروس المصورة لدعاة وأئمة يعتبرهم معينا ينهل منهم.

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيمة الأصلية للحياة:

يرى المبحوث الحياء حصنا منيعا ورادعا يقي المجتمعات من الزوال والانحلال ويرى في هذه المواقع خطرا يمكنه أن يفتك بالأمن فهو لا يحاكي نغمة العصر التي تتشدد بالانفتاح واللامنوع واللامحظور، فقد تم تحديث الحياء فصارت الحياة الشخصية للأفراد كتابا مفتوحا يمكن لأي كان يقرأه وقد يتهم من يتصف بالحياء بالرجعية والانغلاق لأنه يأبى الذوبان والانصهار في الآخر فهو يأخذ بعين الاعتبار أنه شعبة من شعب الإيمان حيث استقى ذلك من كونه دارسا للحديث النبوي ومدرسته القرآنية خاصة إذا كان مع تلاميذه وأصدقائه ومن يؤم بهم مطلعون على حسابه الشخصي فيعمد على اختيار ما يحافظ على علاقته بهم ولا يكسر حاجز الحياء بينهم.

المبحوث التاسع عشر:

تمثلات الشباب الجزائري نحو القيمة المركزية التواصل:

من خلال تحليلنا لتمثل التواصل لدى المبحوث نجد أن المبحوث قد تكلم عن التواصل كقيمة مركزية من خلال جعل وسائل التواصل الاجتماعي منطلقا تغييرا من خلال إحداث نمط اتصال جديد سهل والذي يتجاوز فيه وسائل الاتصال التقليدية التي تتميز بسلبية الاتصال من ناحية التوجيه والتأثير حيث يتجسد التواصل عنده في إعطاء مفهومه

التطبيقي أي تبادل الخبرات الأكاديمية والعلمية والاجتماعية، كما نجد المبحوث قد ساعدته وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على علاقات جديدة وذلك في إطار تكوين تراكم علمي عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، أما من حيث قبول فاعلين آخرين ضمن نشاطات هذا الموقع فالمبحوث يؤكد لنا على عملية الانتقاء النوعي للأشخاص الذين يرسل إليهم أو يرسلون إليه طلبات الصداقة، أي عليهم أن تتوفر فيهم مجموعة من الشروط من الناحية الخلقية والأكاديمية، كما يتلکم المبحوث عن الطريقة المثلى للتواصل عبر هذه المواقع هي الكتابة والصور كون المبحوث يتجه إلى كتابة مواضيع وربطها بصورة معبرة عن ذلك الموضوع الثقافي والاجتماعي والسياسي أما بخصوص الالتزام بأخلاقيات التواصل عبر هذه المواقع فنجد المبحوث يرد على الرسائل بانتقائية أي قراءة مضمون الرسالة فإذا كان مضمونها مهم يرد عليه وإذا كان مضمون الرسالة غير مجدي وتافه فلا يرد عليها، أما بخصوص التعليق على الأحداث التي تم الأصدقاء فالأمر مرتبط بالنسبة إليه بأهمية المنشور وقربه لأفكاره، أما بخصوص المبادرة في الحديث والسؤال فذلك مرتبط بالشخص وقربه من المبحوث اجتماعيا ومهنيا، أما الإيمان بالاختلاف في الرأي فالمبحوث يؤمن بحرية الاختلاف كونه منفتح على الأفكار ويقبل الرأي الآخر، أما بخصوص رد فعل المبحوث إذا صادف شخصا لا يوافق رأيه في منشور فإن هذا الشخص يختار الجدال مع الفاعلين الآخرين قصد تغيير الرأي أو تبني أفكار جديدة، أما حين يتم المبحوث نشر موضوع أو مضمون معين فإنه ينتظر رد فعل زملائه الأكاديميين وتبادل الخبرات من خلال التعليق والإعجاب وفي بعض الأحيان المشاركة.

تمثلات الشباب الجزائري لمجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية: بخصوص دور مواقع التواصل الاجتماعي ومساعدة المبحوث في ارتباطه بدينه فنجد أن المضامين الدينية في شبكات التواصل الاجتماعي تمكن المبحوث من إثراء ثقافته الدينية من خلال التفاعل مع الصفحات ذات البعد الديني كما يشير المبحوث أنه لم يتعرض لبعض المواقف الاتصالية التي تدعوه للتخلي عن دينه كونه لا يجب التواصل مع هاته الفئات، كما يرى المبحوث أنه يزواج بين اللغة العربية الفصحى والدارجة حسب طبيعة الموضوع والمضمون الاتصالي، أما بخصوص اللغة العربية الفصحى فيرى المبحوث أنه يستعملها دائما كون المضامين التي يتحدث فيها مضامين أكاديمية وبالتالي تتطلب اللغة العربية الفصحى وهي أيضا لغة التواصل مع الأكاديميين من أساتذة وطلبة وغيرهم، ويرى المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ربطته بالعادات والتقاليد من خلال نشر مضامين تدعو للتشبث والمحافظة عليها، كما تدعو أيضا للحفاظ على الموروث التاريخي والديني والثقافي.

الحرية: يرتبط مفهوم الحرية لدى المبحوث في حرية التعبير عن الآراء والقناعات الشخصية دون المساس بحرية

الآخرين وقناعاتهم وهذا ما يراه المبحوث أنه يتجسد عند استعماله لمواقع التواصل الاجتماعي ويرى أنه حر في تكوين

صداقات عبر هاته المواقع كون هاته المواقع تعطي حرية انتقاء الأشخاص ويرى المبحوث أنه لم تحدث له مضايقات في نشاطه عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الخصوصية: يرى المبحوث أن الخصوصية تعني له عدم تجاوز الآخرين لحياته الخاصة، كونه يركز على الخصوصية الثقافية كونها تمثل له رأسمال ويرى أن حسابه ملك خاص له كونه المسؤول عن المعلومات والأفكار التي ينشرها ويرى أنه لم يتعرض لمحاولات قرصنة حسابه، أما بخصوص البيانات التي يشاركها مع العامة فهي الاسم واللقب ومعلومات المهنة، أما البيانات التي لا يشاركها مع العامة فهي البيانات الخاصة بالعمر ورقم الهاتف والحالة العائلية، كما أنه يرى أنه لا يعطي أي معلومات حسابه السرية كونها تعتبر من الخصوصيات، كما يرى أنه صادق في بياناته الشخصية كون هذا المبحوث يتعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي تعاملًا أكاديميًا وبالتالي وجب عليه إعطاء البيانات الصحيحة، ويرى المبحوث أن تكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية والوطنية لا يهدد خصوصيته بل بالعكس فهو عنصر مهم في تكوين وتوسيع الخبرات المهنية والأكاديمية.

مجال الزمان والمكان:

يرى المبحوث أن وسائل التواصل الاجتماعي قد استحوذت على جل نشاطه ووقته الأمر الذي جعله يهمل أعمال أخرى وذلك نتيجة الاستعمال المكثف لها، ويرى المبحوث أن نشاطه يتميز ببطء بين الزمن المعيش والزمن الافتراضي كون الواقع المعيش لا يحاكي سرعة التواصل الموجودة في وسائل التواصل الاجتماعي، كما يرى أن زمن الاستخدام يكفيه في كل النشاطات التي يريدها عبر هاته المواقع، كما يرى المبحوث أنه يجب أن يستذكر أحداث مرت عليه في يوم ما كونها ترجعه إلى ذكريات مهمة، أما عن الأماكن التي يراها بشكل متكرر في حسابه فهي مختلف بقاع الوطن، أما الأماكن التي يرى المبحوث أنه يجب أن ينشرها فهي الأماكن التراثية والثقافية، كما يرى المبحوث أنه لا يحدث حسابه بشكل دوري.

تمثلات الشباب الجزائري للقيمة الحياء:

الحياء بالنسبة للمبحوث هو الحشمة، حيث يرى المبحوث أن مضمونها تغير في وقتنا الحالي ويرى المبحوث أنه يراعي هاته القيمة الأخلاقية كطبيعة التأثير.

المبحوث العشرون:

تمثلات الشباب الجزائري للقيمة المركزية التواصل:

ترى المبحوثة في التواصل أفقا واسعا وفضاءا للانطلاق والانفتاح وكسر القيود التي تراها مفروضة من الأسرة والمجتمع خاصة وأنها تسعى للبحث عن علاقات عاطفية لسد الفراغ الروحي والعاطفي الذي تعيشه والبحث عن

أصدقاء تتبادل معهم أطراف الحديث والحوارات الخاصة بموضوع الفن والموسيقى وصراعات الموضة في الحلاقة الملابس وغيرها من المواضيع التي تجمعها بجيلها من الشباب والشابات وهذا ما تتيحه مواقع التواصل الاجتماعي فهي تربة خصبة ومناخ ملائم لذلك خاصة أن المبحوثة تتفاعل مع أكثر من موقع من فيسبوك وأنستغرام وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي ولكن المبحوثة فشلت في حل العلاقات التي أقامتها وتعرضت للتهديد في هذا الفضاء، حيث كانت حل علاقاتها علاقات وهمية افتراضية، إلا أنها انتهت في الأخير بالفشل خاصة أنها كانت تبحث عن الارتباط العاطفي الذي يأخذ شباب اليوم مأخذ جد، وهذا على الرغم من اختيارها لأشخاص تشترك معهم في مجالات الاهتمام بالطبخ والموضة والدراسة، والمبحوثة تلجأ لكل الطرق التواصلية وفق مبدأ الغاية تبرر الوسيلة والضرورة لا تعترف بالقانون من رسائل صوتية فيديوهات صور تعليقات وإعجابات والرد على الرسائل وفي كثير من الأحيان تقوم هي بزمام المبادرة حتى في طلبات الصداقة دون مراعاة الجنس وغيره وكثيرا ما تجأ إلى حظر الأشخاص خاصة بعد تعرضها للتهديد لنشر صورها الخاصة الأمر الذي جعلها تغلق حسابها نهائيا.

تمثلات الشباب الجزائري لمجالات القيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية: المبحوثة لا تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للارتباط بالدين، بل هي لا تولي لهذا الجانب أهمية واعتبار مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لتشكيل علاقات عاطفية مع الجنس الآخر وما تعرضها للتهديد أكثر من مرة إلا دليل على ذلك، فهي تتعامل مع أي كان وبأي لغة تراها تحقق ما تصبوا إليه سواء بالفصحى أو العامية، والمبحوثة بهذه التصرفات تكون قد تجاهلت وألغت كل ما له من صلة بالعادات والتقاليد كيف لا وقد قامت بنشر الصور الخاصة بها، كما أنها تتفاعل مع مواقع غير أخلاقية وتساهم في نشر ما تعرضه عن طريق التعليق والإعجاب وحتى المشاركة والنشر خاصة في مجال الملابس وعرض الأزياء وابتعادها عن المواقع الدينية والتعليمية وبدلا من أن تطوع هذه الوسيلة صارت عبدا لها فبدلا أن تجعلها في يدها ملكت قلبها.

الحرية: ترى المبحوثة في الحرية معنى الانفتاح والانطلاق بعيدا عن كل التزام ومسؤولية وتقييد سواء من الأسرة أو المجتمع والعادات والتقاليد وهذا ما تجسد في تعاملها مع وسائل التواصل الاجتماعي فهي تقوم بنشر كل ما تريد نشره وتكون صداقات مع كل الناس دون مراعاة الجنس وحتى الدين فقد تجاوزت الخطوط الحمراء وركبت موجة التحضر والعصرية وفق ما تراه هي وأقرانها وهذا ما جعلها تتعرض لمضايقات كثيرة وتهديدات عبر هذه المواقع فكانت في كل مرة تقوم بتغيير حسابها خاصة بعد تهديدها بنشر صورها ورسائلها خاصة لأسرتها وعائلتها.

الخصوصية: ترى المبحوثة الخصوصية في عدم الكشف عن هويتها الخاصة وعدم استعمالها لاسمها الحقيقي وتغييرها باسم آخر، فالمبحوثة تعيش تناقضا وضياعا كبيرا، فمن جهة تخفي أمورا ومن جهة أخرى تعرض صورها

الخاصة وأنها تعتبر حسابها في هذه المواقع ملكا لها وحدها فهي تفضل استعمال الهاتف النقال بدل الجهاز الموجود في البيت وقد تعرضت لقرصنة حسابها أكثر من مرة على الرغم من أنها تخفي معلومات حقيقية وتحيطها بسرية تامة وقد تلجأ للكذب في بياناتها الشخصية وتتجاوز حتى الحدود الجغرافية محليا ووطنيا دون أن تخاف من أي تهديد من شأنه أن يتجاوز خصوصيتها حيث أنها مشتركة في مجموعات مختلفة تتقاسم مع أفرادها الأفكار والاتجاهات الغير أخلاقية مع الفاعلين التواصليين.

مجال الزمان والمكان:

استحوذت مواقع التواصل الاجتماعي على جل وقت المبحوثة فهي تستعملها في البيت ومكان الدراسة وخاصة الفترة المسائية والليلية وفي مختلف الظروف الاتصالية المناسبة بمعدل يفوق ثلاث ساعات يوميا بالهاتف النقال، أما بالحاسوب فساعة واحدة لأنها تعتبر ذلك حصارا أسريا يمارس عليها لدرجة صارت المبحوثة تعيش في الزمن الافتراضي وما يحويه من قضايا واهتمامات تشدها أكثر من انجذابها للقواقع الذي لا تجد فيه غايتها وضالتها، فالوقت يمضي بسرعة بين أحضان العالم الافتراضي كتذكر أحداث مهمة كالأعياد والمناسبات كعيد الحب وعيد المرأة وغيرها، وكذا الاطلاع على المجالات التجارية وما تعرضه من سلع صالونات التجميل أو الرياضة أو غيرها من الأماكن ذات صلة بدائرة اهتماماتها لدرجة أنها تشعر بأن ما تخصصه من وقت لمثل هذه المواقع لا يكفي لتلبية ما تريد فعله.

تمثلات الشباب الجزائري للقيمة الأصلية الحياء:

ترى المبحوثة في الحياء قيمة تجاوزها الزمن وتمثل حجر عثرة بما تصبوا إليه فهو بالنسبة إليها من الأمور التي باتت من الضروري التخلي عليها لأنها تعيق بحثها عن الاستقرار العاطفي والحصول على شريك آخر، فهو يجعلها تتحرك في إطار ضيق ويحول دون استعمال الطرائق التي تريد استعمالها للحصول على علاقة كعرضها لصورها وإبراز جمالها لتعتبر بذلك تأشيرة لعبور العلاقات العاطفية فهو بالنسبة إليها تغير كمفهوم وقيمة من خلال تبنيتها للفكر النفعي رغم أن شعورها بالخوف الدائم والمستمر من كشف هويتها لا الحياء، وإنما خوفا من المجتمع وتحديدًا شبح العنوسة يظل يراودها إذا افتضح أمرها أو نذهب إلى أبعد من ذلك الخوف حتى على حيلها من خلال تعرضها للعقاب إذا حدث وكشف أمرها وعرضت صورها واطلع عليها كل من يعرفها، فهي تعيش دوامة من الصراع بين الذات ورغباتها وبين المجتمع والواقع وما يمليه هذا الواقع من صراع وضياح وشتات ورجوع في منظومة القيم.

المبحوث الواحد والعشرون:

تمثيلات المبحوثين للقيمة المركزية للتواصل:

يرى المبحوث القيمة المركزية للتواصل على أنها إحداث تغيير في الآخر بغرض اقناعه وتكون بين طرفين أو أطراف متعددة، ويتجسد هذا المفهوم على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال اللقاءات الافتراضية التي تجمع بين المستخدمين وتبادل الأفكار، وقد ساعدته هذه المواقع على التعرف على أناس جدد من الجنسين وقد انعكس هذا التعرف الافتراضي على التعرف الواقعي وإن كان في بعض الأحيان تعارف من جهتين لكن دون تعارف مواجهي فمثلا المبحوث يعرف الأشخاص من خلال أخبارهم لكنه لم يتحدث معهم على الإطلاق سابقا، وعن دوافع بناء لهذه العلاقات فقد وضع المبحوث أن التقاسم الوظيفي والاهتماماتي المعيشي والمحلية تعد أهم المعايير التي من شأنها أن تكون القواسم المشتركة بينه وبين الأفراد الآخرين، والطريقة المثلى للتواصل في اعتقاده هي الفيديو بحكم أنه يشمل على خصائص كل الطرق السابقة، لكن يبقى الرهان فقط حول صعوبة إرساله ومدى توفره ولتأتي بعدها الرسائل المكتوبة والصور والرسائل الصوتية، والمبحوث من جهة أخرى يلتزم بالرد على الرسائل ويلتزم بها إلا في حالات نادرة كما أنه في حالة عدم الرد عليها يضيف خاصية إخفاء الحضور لتفادي تجاهل الرسائل لكن التفاعل مع الأحداث التي تهم الأصدقاء تنقص بشكل واضح في ممارسة الاتصالية، كما ينذر كذلك مبادرته في الحديث والسؤال على الآخر في العملية التواصلية، والمبحوث لا يؤمن بالاختلاف في الرأي على حساباته لأنه يعتبر ذلك تعديا على الخصوصية، فنشره عبر صفحته يعبر عن رأيه ورأيه غير ملزم للآخر فمن أعجبه ذلك يتفاعل معه إيجابا وإلا فهو غير مرحب به في صفحة المبحوث، والمبحوث غالبا ما ينتظر بذلك رد فعل إيجابي من الجمهور سواءً تعليقا أو إعجابا أو مشاركة.

وفي المجالات المتعلقة بالقيمة المركزية:

المجال الذاتي:

الهوية فالمبحوث كشف لنا بأن مواقع التواصل الاجتماعي لم تساعده على الإطلاق على الارتباط بدينه بل على العكس تدعو دائما إلى التحلي عن القيم من خلال تبادل المضامين غير الأخلاقية إما على مستوى الدردشة في الخاص أو على مستوى المضامين المكشوفة للعام، وهذا لا يعني بأن المضامين الدينية غير حاضرة ولكن يبقى التأثير بها لخطيا ولا يتعدى المرحلة الاستخداماتية، ويتواصل المبحوث باللغة الدارجة على اعتبار أن هذه الوسائط هي مثل الهاتف على حد تعبيره وبالتالي استعمال هذه اللهجة التي يفهمها الجميع هي أفضل ما يناسب المواقع، وفي نفس

للإطار فإن مواقع التواصل الاجتماعي لم تساعد المبحوث على الارتباط بالعادات والتقاليد لأنها دائماً كانت تقابل بالتهكم والاستهزاء من طرف المستخدمين على اعتبار أنها عودة للقديم.

الحرية باعتبارها إطلاق العنان لكل التصرفات دون حدود قانونية أو اجتماعية، ويرى أن هذا المفهوم يتجسد في هذه المواقع، بحكم أن هناك مواقع قانونية التي لا تسمح بنشر كل ما يرده المبحوث مثل عدم السماح بنشر الأمور غير الأخلاقية، أو التبليغ عن الصفحات من طرف بعض المستخدمين، ومع ذلك يبقى المستخدم حرًا في نشر ما يريده مقارنة بالوسائل الإعلامية المتوفرة لديه، وحر في تكوين الصداقات كذلك، مؤكدا تعرضه للعديد من المضايقات خاصة التقنية منها والتي تكون في الغالب بداعي حفظ أمان الحساب.

الخصوصية يدلي المبحوث بتصوره لها على أنها كل حاجز يمنع تعدي الفرد على الآخر خاصة في الجوانب الثقافية، وهو يرى في ذات السياق بأن هذه المواقع ملك له وحده وأن لكل فرد مجموعة من الحسابات التي تعبر عن هويته وحده ولا يتقاسمه معه في ذلك أحد، مبينا أن البيانات التي يشاركها مع العامة تتعلق بالإسم والجنس والسن، بينما الأمور الخاصة المتعلقة بالوظيفة الاجتماعية والوضعية المهنية أو الهوايات محل تخفي بسبب اعتقاده بأن هذه البيانات خاصة نوعا ما، مؤكدا في الطرح الخصوصي بأن تكوين صداقات خارج الحدود الثقافية لا يؤثر إطلاقا على خصوصيته الثقافية.

مجال الزمان والمكان:

يرى المبحوث بأن مواقع التواصل الاجتماعي لم تؤثر إطلاقا على نشاطه في العالم المعيش على الرغم من استخدامها لوقت مكثف، قد بين المبحوث أن نشاطه لا يتميز بالسرعة نفسها بينها وبين الواقع الافتراضي، ليسوق الكلام نحو عدم كفاية الوقت الاستخداماتي في الكثير من الأحيان للقيام بكل الأنشطة التواصلية، وقد كشف المبحوث بأنه يحاول في مرات عديدة إستدكار العديد من المحطات بإزادة منه أو من خلال خاصية الاستدكار، والأماكن التي يقوم باستدكارها تتلخص في الأماكن المحلية التي لها علاقة بخصائصه العلمية والوظيفية، ويعمل على نشر مجموعة من الأماكن تتعلق بأماكن الزيارات والفضاءات المحلية والابداعية، وهو بذلك يقوم بتحديث حسابه بشكل دوري.

وتمثله للقيمة الحياء:

ونظرت له لقيمة الحياء تتمثل في أنها القيمة التي من خلالها يحافظ المجتمع على قراره، من خلال إرساء قواعد التعامل مبنية على القيم الأصلية لكن للأسف _ حسب رأيه _ فإن هذه القيمة تغير مدلولها بفعل تمرد جيل اليوم على جيل

الأمس، وهو بذلك عند نشره لأي محتوى يراعي هذه القيمة تفاعلا ونشرًا، إستحياءً من كل الفاعلين في هذه المواقع.

المبحوث الثاني والعشرون:

تمثلات القيمة المركزية التواصل:

يتمثل المبحوث القيمة المركزية "التواصل" على أنها فعلا هادفا يكون بغرض التأثير من جهة معينة على جهة أخرى، ويرى أن ذلك يتجسد مطلقا على شبكات التواصل الاجتماعي التي تسمح بالتأثير المتبادل بين أطراف الاستخدام، ويقر المبحوث بأن هذه المواقع قد ساعدته في الحصول على علاقات جديدة لم يكن له ارتباط بها مسبقا، وذلك بدافع الاستفادة أكثر من أصحاب الخبرات المشتركة والتي يريد أن يحقق فيها رصيذا تراكميا معرفياً، يكون معيار القبول والرفض بالنسبة له في بناء هذه العلاقات الاستخداماتية هو النفعية التي ستنتجر من خلال الاستهلاك المتبادل للمعايير والقيم والأهداف والخبرات التي تجمع بينه وبين بقية المستخدمين، والطريقة المثلى التي يفضلها المبحوث في تواصله مع الآخرين هي توظيفه كل الطرق حسب مضمون الرسالة وطبيعة المتلقي ميبنا أن استعماله لذلك تحكم فيه عوامل أخرى خارجة عن نطاقه، وبذلك فهو يستعمل (الكتابة والصور والرسائل الصوتية والفيديو) بطريقة غير متزنة في الاستخدام وليست بطريقة تراتبية، وفي نقطة أخرى تتعلق بأخلاقيات التواصل في هذا الوسط، فهو يرد على الرسائل التي ترد إليه لا يقوم بتجاهلها معتبراً ذلك خروجاً عن الأخلاقيات التي تفرضها هذه المواقع ولا يرد على ذلك إلا في حالة أنه لم يلحظ الرسالة نظير كثرة الرسائل الواردة إليه، لكنه يعترف أن التفاعل مع الأحداث التي تهم الأصدقاء يقل فيها نشاطه نوعاً ما، لانهماكه في الكثير من الأحيان على الاشتغال في تطبيقات أخرى مدلالا على ذلك بأن هناك الكثير من المحطات التي تهم الأصدقاء ويقومون بنشرها عبر هذه المواقع لكنه لا يراها وإنما يسمع بها في الواقع لاذحام المحتوى عبر حساباته، ويقل كذلك نشاطه المتعلق بالمبادرة في الحديث والسؤال إلا في الحالات التي تفرض ذلك (مناسبات...) موضحا أنه يؤمن بالاختلاف في الرأي على حساباته بل يعمل على طرح المواضيع في بعض الأحيان حتى يستفيد من آراء المستخدمين معه حول قضية معينة، وقد أكد المبحوث أنه حين نشره لأي محتوى على مستوى حساباته لا ينشره إلا إذا تأكد بأنه سيعجب المستخدمين الآخرين (خاصة في الأمور المتعلقة بإبداعاته)، وأهم ما يراه مناسباً لدعمه في ذلك هي مشاركة بقية المستخدمين لما ينشره كتدليل على نجاح فكرته وإقناع الآخرين والتأثير عليه، وهنا يتجسد المفهوم الذي أعطاه للتواصل أعلاه.

مجالات القيمة المركزية:

المجال الذاتي:

الهوية فيرى المبحوث بأن هذه المواقع قد ساعدته على الارتباط بدينه، بل وساعدته على تعلم الكثير من الأمور التي كان يجهلها والتي يقوم بنشرها جماعة المستخدمين النشطين على مستوى حساباته، ويحاول في كل مرة أن يستفيد قيميا وأخلاقيا من بعض ما ينشره أصدقاءه، وفي الوقت ذاته يعترف بوجود بعض المضامين الداعية إلى التحلي بالردائل والتخلي عن الفضائل، لكنه يحجب نفسه عن مطالعتها أو رؤيتها لما له من عواقب وخيمة حسب ما يذهب إليه (كثرة الذنوب...)، ويتواصل المبحوث بلغة وسائط الاعلام الجديدة على اعتبار أنها أمر مشترك بين كل الأفعال على اختلاف تكوينه ويدل على شبابية الاستخدام وحيويته، ولا تأخذ المنشورات باللغة العربية جزءًا من منشوراته وإنما في بعض تفاعلاته مع الأشخاص الذين الذين يبادرون الحديث بهذه اللغة، نافيا في أن تكون مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدته على الارتباط بمجموعة من العادات والتقاليد سوى تلك التي أقرها الدين الحنيف.

الحرية فيتمثلها المبحوث على أنها الاستمتاع الذي ليس له حد بكل سلوك يراه مناسباً، ويرى بأن هذا المفهوم يتجسد في نشاطه عبر هذه المواقع بشكل كبير جداً، فالحرية في هذه المواقع لم تقف عند حرية النشر أو تكوين الصداقات فقط، وإنما تعدت ذلك إلى الحرية في التحكم بحريات الآخرين، وحتى وإن كان دافعه تسليوياً إلا أن ذلك يحقق له متعة تجعله يرى نفسه حرًا حتى على حساب الآخرين، مؤكداً في الوقت ذاته أن يلقي كذلك صعوبات من نفس النوع خاصة بعد كشفه من ضحايا التحايل الذي يقوم به.

الخصوصية يرى المبحوث أن هذا المفهوم يشكل البصمة الوراثية التي تميز كل شخص عن الآخر، وفي جميع المجالات والتي تعتبر الثقافية أحد فروعها، معبراً بأن هذه الحسابات التي يملكها المستخدم في هذه المواقع ليست ملكاً له وحده فقط وإنما يتعدى الأمر ذلك في هذا الوسط المفتوح، من خلال سهولة استغلال معلومات الحسابات السرية والكشف عن العديد من الأمور التي تتنازع مع ملكية المستخدم لحساباته، المبحوث لا يشارك أي بيان مع العامة حتى لا يضع أي ثغرة تمكن بعض المستخدمين من اختراق حسابه، غير اسمه الذي يتشكل من توليفة من الحروف والأرقام بطريقة تقنية صعبة، نافيا بأن يعطي معلومات حسابه السرية بإرادته لأي شخص آخر، إلا إذا تم الكشف عنها عن طريق التحايل، موضحاً بأن له صداقات عديدة خارج دائرته الثقافية مع الجنسين، لكن ذلك لا يؤثر إطلاقاً على خصوصيته الثقافية أو يدفعه للتخلي عن أي جزء منها.

مجال الزمان والمكان:

فالمبحوث يرى بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد استحوذت على جل وقته، لكن ليس على حساب وظائف ومهام اجتماعية أخرى، نافيا بأن يكون الزمن المعيش هو الزمن الافتراضي لاختلاف الناتج بين الزمنين ومقدار التفاعلات التي تحدث بينهما، ويحاول المبحوث في مرات عديدة استذكار بعض الأحداث، وعن الأماكن التي يراها بشكل متكرر فتتعلق أساساً بالأماكن الافتراضية والحواسيب والخيال بالاضافة إلى المحلية، وهي نفسها الأماكن تقريبا التي يقوم بنشرها، والمبحوث حريص أشد الحرص على تحديث حسابه بشكل دوري تقنياً أو اجتماعياً لإدراكه بأهمية هذه الخطوة.

تمثلات القيمة الأصلية الحياء:

وأخيراً عن القيمة الأصلية "الحياء": فيتمثل المبحوث هذه القيمة على أنها ترك الأفعال القبيحة خشية اكتشافها من طرف الآخرين الأمر الذي يجعل فعلها خفية، ويرى بأن هذه القيمة لازالت حاضرة في تفاعلات الأشخاص وفي بناء تصوراتهم لذاته وللآخرين، أنا في السلوك الافتراضي فمن حيث النشر فهو يعطي أهمية كبرى لذلك، أما من حيث الاستخدام الفردي الخفي فلا يعبر لها اهتماماً على اعتبار أنها تحد من أهميته.

المبحوث الثالث والعشرون:

تمثلات القيمة المركزية التواصل:

تتمثل المبحوثة قيمة "التواصل" باعتبارها قيمة مركزية على أنها التحوار والتحدث لغرض بناء العلاقات وتحقيق أهداف محددة في ذلك، و يتجسد هذا المفهوم في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال التفاعل و التبادل المحادثات التي تتم في هذه المواقع و خاصة تطبيق الفايبر الذي تقوم باستخدامه المبحوثة على أساس أنه البديل التواصلية لأغلب المواقع الأخرى، وقد كشفت المواقف التواصل الاجتماعي قد اكسبتها العديد من العلاقات الاجتماعية إلا أنها اصبحت مؤخرأ أصبحت لا تعطي لذلك بالا فهدفها هو الحفاظ على العلاقات القائمة و التي لها امتداد اجتماعي مع من تعرفه، و الهدف من وراء ذلك وهو تثبيت أواصر تلك العلاقات و العمل على تعزيزها، و هناك مجموعة من المعايير التي تعمل المبحوثة على احترامها لبناء علاقة لهذا الوسط تتعلق أساسا بالجنس الواحد، و التقارب المحلي و الوظيفي بالإضافة إلى الاهتمامات المنزلية، و عن الطريقة المثلى للتواصل لديها فهي تفضل الكتابة أو تبادل الرسائل الصوتية، مستغنية بذلك عن تبادل الصور أو الفيديو لأنه حسب اعتقادها مازالت لم تثق في هذه المواقع أو التطبيقات لما يكتنفه التبادل الصوري و الفيديوي من خصوصية، و المبحوثة تلتزم بالرد على الرسائل الواردة

إليها و تعمل على الوفاء بالرد حيث تعطي أهمية للرد في الوقت ذاته التابع للإرسال مباشرة، معيزة أن اهمال الرسائل و عدم فتحها هو تجاهل ضمني لشخصية المرسل وهو المبدأ الذي تحب أن تعامل به حيث يكون موقفها ارساليا وليس استقباليا، و البحوثه تتفاعل مع الأحداث التي هم الأصدقاء في الغالب كتكملة للتفاعل الواقعي، فمثلا حدث أمر معين لأحد معارضيهها تقوم بالتفاعل معه واقعيًا وتكمل ذلك افتراضيا (فرح، حادثة، خدمة...)، و المبحوثة في ذات الاطار تبادر للحديث و السؤال، و تؤمن بالاختلاف على حساباتها بحكم أن نشاطها في هذه المواقع أغلبيتها نشاط جواري الأمر الذي يجعلها تتطرق مع بقية المستخدمين إلى العديد من النقاشات التي تنتج عنها اختلافات في الرؤى وفتح باب المجادلة والحوار، وتعترف المبحوثة على أنها تعمل جاهدة على إقناع الآخر برأيها ولا تعمل على التسلسل في ذلك حفاظا على العلاقة التي تجمع بينهما، ولا يندر الاختلاف إلا في حالات قليلة.

المجالات المتعلقة بالقيمة المركزية:

المجال الذاتي:

الهوية: ففي اعتقادها أن استخدامها للفاير ليس له علاقة إطلاقا بالوازع الديني فتظل هذه المواقع حسب رأيها مواقع تواصلية تنتهي مهمتها بانتهاء الغرض من استخدامها، نافية أي تعرض سابق للتخلي عن الدين، وتأخذ اللغة العربية حيزًا من كتابات المبحوثة في الموقع خاصة مع أقرانها وهذا نتيجة لتخصصها أستاذة للغة العربية مؤكدة في جانب آخر أن هذه المواقع تساعد على الارتباط بعاداتها وتقاليدها من خلال ما يتم تبادله من أقرانها فيما يخص (المناسبات، الأكلات، الأمثال...).

الحرية هي توظيف أكبر قدر من الممكنات، فلا حرية من غير ممكن مهمما كان الدافع من عدم امكانيته اجتماعيا أو دينيا أو...، وترى أن هذا المفهوم يتجسد في مواقع التواصل الاجتماعي، لكن في بعض الأحيان يأخذ طابعا سلبيا من خلال التعدي على حريات الآخرين مثل: التجسس، معبرة في ذات السياق على أنها حرة في تبادل الأخبار وتكوين الصداقات مع من تحب دون إكراه أو قيد إلا ما تحظره الضوابط الأخلاقية والاجتماعية التي تعتبرها ضرورية لذلك مؤكدة تتعرض للعديد من المضايقات من طرف مجهولين من خلال الرسائل غير الأخلاقية، وفي بعض الأحيان...إطلاعاً على كيفية تأمين حسابها بطريقة سليمة الأمر الذي يجعلها مهددة من حيث سهولة اختراقها وتمكن بعض الفيروسات من هاتفها النقال.

الخصوصية تعطي لها المبحوثة تدليلاً باعتبارها كل المقومات والأسس المعنوية والممارسات الواقعية التي يتصف بها شخص معين وفي مجال الثقافة كل مكونات الهوية الواحدة والتي تعمل على التمايز والاختلاف بين الهويات فيما

بينها، وترى في شق آخر أن هذه المواقع هي ملك لها وحدها دون غيرها نافية تعرضها للقرصنة سابقا، ولا تسارك العامة إلا اسمها والموضوع بطلاقة وهمية لكن يوحى لجنسها، نافية إعطاء معلومات حسابها السرية لأي شخص آخر، ولا تعتبر أن بناء علاقات مع فاعلين آخرين خارج دائرتها الثقافية سيعمل على تعديل المخزون الثقافي بالنسبة إليها لأن هذه المواقع ليست غاية في حد ذاتها وإنما هي وسيلة.

المجال الزمني والمكاني:

تعتبر المبحوثة أن استخدامها لهذه المواقع قد استحوذ على جل وقتها وهي تعمل جاهدة على التقليل من ذلك بسبب أنها كانت سببا في إهمال بعض الوظائف الاجتماعية، ولا يتميز إطلاقا الزمن الافتراضي بنفس تسارع الزمن المعيش لأن اللحظة الافتراضية تفوق مجال النشاط والقدرة على استيعاب الأفعال أكثر من اللحظة الواقعية متأثرة بعوامل مختلفة مثل (سرعة النت، سرعة الرد...)، أما عن الأماكن التي تلحظها المبحوثة بشكل متكرر فهي أماكن زيارات وتواجد بقية المستخدمين بالإضافة إلى صور بعض الشخصيات وفضاءات قضاء العطل والمنزل، وهو ما تعمل على تبادله أحيانا بدورها هي كذلك في هذه المواقع، ولا تقوم في الغالب بتحديث مواقعها إلا بطريقة إرادية

القيمة الأصلية للحياة:

وعن تمثل المبحوثة لقيمة الحياة: فتفهمها على أنها عدم فعل شيء محدد طبعاً في كسب رضا شخص آخر وخوفاً من انزعاجه، وترى بأن هذه القيمة على المستوى التفاعلي تتمظهر بشكل جلي، لكن على مستوى المحتوى تذهب للعكس من ذلك، ويكون الإيحاء في الغالب من الشخص المتفاعل معه، وعن مقدار الجرأة التي تجمعك به

المبحوث الرابع والعشرون:

القيمة المركزية للتواصل:

يتمثل المبحوث القيمة المركزية "التواصل" على أنها القدرة على الكلام والتفاعل مع الآخر سواء بطريقة لفظية أو غير لفظية، ويعتقد بأن التواصل لا بد وأن يكون حسناً وأخلاقياً بعيداً عن كل الرسائل غير الهادفة والأخلاقية، ويتجسد هذا المفهوم حسب من خلال شبكات التواصل الاجتماعي لا يتعد حسب الكلام غير الهادف في بعض الأحيان لذلك يعتبر أن ما يحدث عبر هذه الشبكات ليست تواصلًا بقدر ما هو أحاديث ثنائية أو في مجموعات بغرض تبادل الخبرات والتماس المعلومات للترفيه، ويؤكد المبحوث على أنه اكتسب معارف وصدقات جديدة من الجنسين بالإضافة إلى تمتين وتعزيز العلاقة بينه وبين أصدقائه الذين يعرفهم، وعن واقع بناء هذه العلاقات يأتي في

المقام الأول توسيع قاعدة المعارف قدر الامكان ويكون معيار توسيع هذه القاعدة وهي التقارب والاهتماماتي والالتقاء في مجموعة من الأهداف والخصائص التي تتعلق بالأهداف والحلية وتقاسم الاهتمام الوظيفي والبحث عن الشغل، ويفضل المبحوث طريقة الكتابة كطريقة تواصلية لاعتماده المكثف على الحاسوب وفي الكثير من الأحيان لولوج هذه المواقع لتأتي بعدها الصور والفيديو والرسائل الصوتية، والمبحوث يلتزم بالرد على الرسائل ولا يتجاهلها مهما كان نوعه في ذلك لأن عدد الصداقات الموجودة ليس بكثير ولا يربط علاقات إلا مع الأشخاص الذين يحتاج الحديث معهم أو يحتاجونه، موضحا تفاعله الدائم مع الأحداث التي تمهم الأصدقاء، في حيث تبقى المبادرة في الحديث والسؤال ناقصة نوعاً ما لأنه يعتبر هذه المواقع نشرية بالدرجة الأولى يراقب ما ينشر فيها أكثر من الأحاديث التفاعلية، والمبحوث يقر في ذات المجال بأنه لا يؤمن بالاختلاف إطلاقاً على حساباته ولا يسمح بالمجادلة، وإن حدث ذلك فإنه يقوم بحظر صاحب الرأي المخالف له، وحسب ذلك في اعتقاده يعود إلى ثقته الزائدة في صحة آرائه وهي في الأساس تعبير عن وجهة نظره أو حالاته المعيشية أو النفسية، والتفاعل المتوقع مع ما ينشره المبحوث من طرف بقية المستخدمين فإنه يولي له أهمية كبيرة في ذلك تعليقا ومشاركة وإعجابا.

المجالات المتعلقة بالقيمة المركزية:

المجال الذاتي:

فالهوية في نظر المبحوث أن هذه المواقع قد ساهمت في الكثير من الأحيان مصدرًا للتعلم الديني (خاصة الفيديوهات المنشورة) وفي الوقت ذاته أكد على وجود بعض المضامين غير الأخلاقية التي تعترضه في الكثير من الأحيان وتكون نتيجة نشرها في المجموعات التي يشترك فيها من طرف أشخاص مجهولين، ويستعمل المبحوث اللغة الدارجة باعتبارها امتداد للاستعمال الاجتماعي للغة في حين لا تأخذ اللغة العربية حيزاً من كتابته نشرًا أو دردشة لضعف تكويني فيها حسبما يؤكد المبحوث، وعن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التذكير ببعض العادات والتقاليد فقد أكد بأن الارتباط بها لام يكن من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، لكن تصوير الاهتمام بها واقعيا قد انعكس رمزياً، وفي بعض الأحيان هذا الانعكاس الرمزي قد يشوه الصورة الواقعية للعادات والتقاليد مما يفرز قيما أخرى تؤثر سلبا على المقصد من هذا الموروث الاجتماعي كحب البروز و..... .

وفي مجال الحرية فالمبحوث يتمثلها على أساس انها التمرد على كل ما هو نظامي لإشباع حاجات الانسان والرغبة في تحقيق ما يرغب به، مبعبراً أن هذا المفهوم يتجسد في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الفضاء المفتوح

الذي يكون فيه المستخدم حراً في النشر أو تكوين الصداقات أو التفاعل، مؤكداً في ذات السياق إلى تعرضه لمجموعة من المضايقات النفسية والاجتماعية من طرف بعض أصدقاءه والتي تكون في الغالب بغرض التسلية.

وعن الخصوصية فالمبحوث يعطي لها تعريفاً يتعلق أساساً بالملكية فكل ماهو خاص هو ملك لك وحدك أما عن الخصوصية الثقافية فالمبحوث لم يستوعب المفهوم بداية إلا أنه فيما بعد في سياق المقابلة أكد على أن الخصوصية الثقافية هي تلك المودعة بين الأجيال ذات الهوية الواحدة والتي وجب الحفاظ عليها، ويدرك بأن حسابه على مواقع التواصل الاجتماعي ملك له وحده دون غيره معرباً في ذات السياق بأنه لا يشارك أي بيان شخصي مع العامة إلا ما يتعلق باسمه (الموضوع بصورة صحيحة) وحنسه، أما البيانات الأخرى المخفية على بقية المستخدمين فأغلبها غير صادقة لأنه وضع البيانات التي يحلم أن يكون فيها كنوه من التقمص الوجداني للآخر في الذات، ويعتبر تكوين صداقات خارج الحدود الثقافية قد ينجر عنه التخلي عن بعض الخصوصيات خاصة إذا وجدت بعض المحتويات إلا ما يتعلق بالدين حسب ما يذهب إليه.

المجال الزمني والمكاني:

يرى المبحوث أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تستحوذ على جل وقته وإنما في نفس الوقت هو يجعل لها وقتاً ثابتاً ويحافظ على وجوده في هذه المواقع، ولا يتميز نشاطه بالسرعة نفسها مقارنة بالزمن المعيش أو الافتراضي، معرباً أن عدم كفاية الاستخدام للقيام بكل نشاطاته التواصلية لأنه مرتبط بوظائف أخرى بالإضافة لاستخدامه هذه المواقع في مقاهي الأنترنت غالباً، أما عن الاستدكار فالمبحوث لا يستذكر النشاطات التي قام بها أو المحتويات التي نشرها من خلال الخاصية الفايبرية، وإنما يستذكر تواريخ بناء العلاقات مع بعض الأصدقاء من باب تعزيز الروابط فيها التي في الغالب تكون من الطرفين، والأماكن التي يراها بشكل متكرر في حساباته تتعلق أساساً بالحملة وقاعات الحفلات والفضاءات الترفيهية، وأما التي يقوم بنشرها فيتفادى ذلك غالباً وينشر صورته الشخصية والتي تكون غالباً خالية من فضاء تواجدها من خلال تركيزه على صورته فقط، ولا يقوم المبحوث بتحديث حسابه سواء تقنياً أو اجتماعياً إلا ما كان بطريقة تلقائية خارج عن إرادته مثل إضافة بعض الخصائص في الفايبر من قبل إدارة الموقع.

تمثلات القيمة الأصلية:

وعن تمثلاته للقيمة الأصلية "الحياة" فالمبحوث يعتبر هذه القيمة هي مرادفة للرهاب الاجتماعي والتي فضلها يحسن البعض التسلط على الآخر ويتم استغلالها بصورة شنيعة من طرف بعض الناس (الكبار في اتجاهاتهم نحو

الصغار...)، معبراً أن هذه القيمة قد تغير مدلولها في الوقت الراهن لأن مفهومها قد ابتعد عن استعمالها، وعند نشره لأي محتوى في هذه المواقع يراعي المبحوث هذه القيمة أما في جانب التفاعلات التي تتم فيها فيتناقص التزامه بها.

المبحوث الخامس وعشرون:

تمثلات المبحوثين للقيمة المركزية للتواصل:

يتمثل المبحوث القيمة المركزية للتواصل على أنها الفعل الذي يفعله كل الناس بغرض الحفاظ على ديمومتهم والعمل على تبادل الحاجات بينهم لتحقيق مجموعة من الأهداف، ويتجسد هذا المفهوم في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الأساليب والطرق والخصائص التي منحها هذه المواقع لمستخدميها بناءً على قدرتهم واستجاباتهم وتقبلهم لتلك الخصائص المتعلقة بالتقنية في المجال الأول، وقد ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي المبحوث في ربط العديد من العلاقات الاجتماعية مع اشخاص يتعرف بهم في هذا الوسط لذلك بدافع المساندة الاجتماعية وتحقيق المشورة حول قضايا مشتركة تجمع بينهم والتي تفرضها الخصائص الديموغرافية في بعض الأحيان وتفرضها الخصائص التقنية والاجتماعية التقاسمية بين هؤلاء الشباب، وتعتبر الطريقة المثلى للتواصل بالنسبة للمبحوث هي استعمال الرسائل النصية والصور على اعتبار أن ذلك ما يحسن استغلاله من طرف تطبيق الفايبر الذي يستخدمه المبحوث بشكل خاص دون المواقع والتطبيقات الاجتماعية الأخرى، وفي التزامها بالأخلاقيات في التواصل مع الآخرين أكدت المبحوثة بأنها ترد على كل الرسائل تردها دون تردد خاصة تلك التي تأتيها من العائلة والأصدقاء المقربين وبعض المعارف التي تم التعرف عليها من خلال هذه المواقع، أما التفاعل مع الأحداث التي تهم الأصدقاء فيبعضهم لعدم وجود هذه الخاصية في الفايبر لكن التفاعل يكون في الغالب دردياً بعد إعلام المبحوثة بالجديد حول من ترتبط معهم علاقات تواصلية في هذا الوسط، وعن المبادرة في الحديث والسؤال، أكدت المبحوثة أن ذلك يعتبر لها أمراً تواصلياً روتينياً، وتؤمن المبحوثة بالاختلاف في الرأي على حسابها الشخصي وذلك نتيجة توليد المنظومة الحوارية يتميز بها التفاعل للتواصل.

المجالات المتعلقة بالقيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية فترى المبحوثة أن ليس هناك علاقة باستخدام الفايبر وارتباطها الديني، فهي تعتبر هذا التطبيق مجرد فضاء للتواصل يلجأ إليه كبديل عن الهاتف للتواصل عبره بطريقة مجانية باستخدام الانترنت بالإضافة إلى خصائص الصور والفيديو، بينما يبقى الارتباط بالجانب الديني يقتصر بمدى مساهمة الأشخاص المتحدث معهم من طرف المبحوثة في

التفكير بالأمر الديني، وعن اللغة المستخدمة فالمبحوثة تستخدم الدارجة كسبيل يمكن فهمه من طرف كل من يشترك معه، موضحة من جهة أخرى أن هذه المواقع قد ساعدتها في الارتباط بالعديد من العادات والتقاليد من خلال تبادل (بعض الأكلات التقليدية، والممارسات التقليدية و...).

فالحرية تعطي المبحوثة تعريفا لها من خلال أنها فعل كل ما تريده شريطة أن يقترب ذلك بالوازع الأخلاقي، وتنفي تجسيد هذا المفهوم في نشاطها عبر شبكات التواصل الاجتماعي لأنها غير حرة في التواصل مع من تريد (المراقبة الزوجية) وهذا يعتبر أمراً لا يحدث بالنسبة لها، لكن الحرية بالمفهوم المطلق لا يمكن أن يتجسد في الممارسة الاتصالية عبر هذه المواقع لأنها أصلاً تقام ضمن الممارسة الاجتماعية والتي تكون مراقبة في الغالب، مؤكدة في ذات السياق أنها تتعرض بين الفينة والأخرى لمجموعة من المضايقات تتعلق أساساً بالجانب التقني من عدم السماح بإرسال بعض المواد لبعض المشتركين.

الخصوصية فتمثلها المبحوثة على أنها كل ما يتعلق بك كإنسان دون غيرك والتي لا تريد أي شخص أن ينازعك فيها، وترى المبحوثة أن هذه المواقع ملك لها وحدها ولا أحد يمكنه تملكها غيرها، ولا تعطي أي بيان محدد للعامة بل تقوم بالنشر على كل البيانات التي تخصها، معربة عن إمكانية إعطاء معلومات حسابها الشخصي لزوجها أو بعض من أقرائها ولا مشكلة لها في ذلك، وتؤكد أنها تنفادى ربط علاقات خارج دائرتها الثقافية وبعيدا عن المقومات الأساسية المشتركة خوفاً موروثها الثقافي من جهة، وخوفاً من المراقبة الزوجية من جهة أخرى.

مجال الزمان والمكان:

فترى بأن استعمال هذه المواقع قد استحوذ على جل وقتها الأمر الذي دفع بها إلى إهمال بعض الواجبات خاصة المنزلية منها في بعض الأحيان، ويتميز نشاطها في هذه المواقع بل ربما بطريقة متأخرة نوعاً ما عن النشاط الواقعي ويتعلق الأمر بالجانب الاتصالي لأنها تقوم بالتواصل والحديث فقط عبر هذه المواقع، وهي محاكاة بذلك للتواصل الواقعي، كما أن المبحوثة تحاول دائماً استذكار الذكريات التي تجمعها مع أقرائها وأصدقائه ويعطي لها أهمية بالغة في ذلك، وعن الأماكن التي تراها بشكل متكرر أو تقوم بنشرها من جهة أخرى، فهي تجمع بين الأماكن المحلية لبلادها الأم (الجزائر) الذين تكثر الحديث معهم كما تقوم بتحديث حسابها تقنياً إما بطريقة آلية أو إرادية.

تمثيلات قيمة الحياة:

وفي المجال المتعلق بالحياة فتفهم هذه القيمة على أنها صفة ملازمة للإنسانية ويقترب أكثر استخدامها الإناث أكبر من الذكور، معبرة أن هذه القيمة تعتبر مدلولها من خلال السلوكات والممارسات التي تعمل على تجسيد هذه

القيمة، معبرة أن في حال التفاعل عبر هذه المواقع تأخذ في عين الاعتبار هذه القيمة خاصة وأن المتحدث يفهم من أفراد العائلة ومن سيراقب حسابه في بعض الأحيان زوجها.

المبحوث السادس والعشرون:

تمثيلات القيمة المركزية للتواصل:

يتمثل المبحوث القيمة المركزية للتواصل بأنها التشارك في مجموعة من الأحداث والتعليق عليها طبقاً للخبرات المشتركة والتي يتفق مجموعة من الأفراد على إعطاء معنى لها، ويتجسد هذا المفهوم في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال أن المستخدم يبحث دائماً عن يشاركه مجموعة الاهتمامات والمكتسبات والخبرات التي تطلق من زاوية واحدة في المعالجة حتى وإن اختلفت في ذلك سلوكاً، وهذا الذي يدفع المبحوث إلى وضع مجموعة من المعايير التي تلزمه على الانتقاء المتواصل لجماعته في هذا الوسط، وتتعلق أساساً بالمشاركة الديموغرافية والمشاركة الاجتماعية، وبالنسبة للمبحوث فإن الطريقة المثلى للتواصل هي استعمال كل الخصائص والأساليب المتاحة في الطرف الاتصالي كتابة، أو تصويراً، أو صوتاً، أو فيديو، ويلتزم المبحوث بالرد على الرسائل معتبراً ذلك واجباً تفرضه الممارسة الاستخدامية الاتصالية، كما أن المبحوث وفي تفاعلاته مع الأحداث التي تهم الأصدقاء بكل الطرق والأساليب المتاحة، لكن في نفس الوقت تنذر مبادرته الخاصة بالحديث والسؤال عن الغير مرجعاً ذلك لإهما غير مقصود، والمبحوث من جهة أخرى يؤمن بالاختلاف في الرأي حسب المواضيع المطروحة حيث يصاحب ذلك بالجدال حتى وإن لم يتفق مع الشخص المخاد، والمبحوث يولي أهمية كبيرة للتفاعلات المنتظرة من طرف الجمهور تعليقا ومشاركة وإعجاباً.

المجالات المتعلقة بالقيمة المركزية:

مجال الذات:

الهوية فيرى أن هذه المواقع لم تساعده في الارتباط بالدين، لأن أغلب المستخدمين ينشرون منشورات غير أخلاقية وبعيدة عن الوازع الديني، وأكد المبحوث بأن أغلب المضامين هي مضامين لفك الارتباط بينه وبين الواجب الديني، ولكن هذا لا ينفي وجود بعض المضامين الدينية المتعلقة بالجانب الترفيهي، والمبحوث يتواصل بلغة وسائط الإعلام الجديدة كونها اللغة الأكثر تداولاً بين أغلب المستخدمين، ويتحاشى استخدام اللغة العربية لأنها في اعتقاده لغة رسمية أكاديمية وهي لا تناسب مع خصوصية النشطين عبر صفحاته، وفي السياق ذاته فقد بين بأن هذه المواقع قد خلقت نوعاً من الارتباط الزائد ببعض العادات والتقاليد لكن السلبية منها (مثل: التعارف غير الشرعي...).

الحرية: فيفهمها المبحوث هي فعل أي سلوك ناتج عن إرادة الإنسان المحضة دون تدخل أي طرف كان، وهذا المفهوم يتجسد في مواقع التواصل الاجتماعي تواصليا لكن يتضاءل ذلك نشريا مرجعا ذلك لوجود بعض الضوابط التقنية (إدارة تمنع ذلك) أو اجتماعية (القيم، الأعراف...)، وهو بذلك يؤكد على وجود بعض المضايقات التي تحد من حريته الاستخداماتية.

وعن الخصوصية فالمبحوث يرى بأنها كل تمثل خاص بفرد بعينه دون أن يلزم شخصا آخر به من جهة ودون الكشف عنه لأي شخص من جهة أخرى، نافيا تعرضه سابقا لأي محاولة قرصنة تستهدف حساباته، ويشارك المبحوث مجموعة من البيانات مع العامة تتعلق أساسا بسنه ودراسته ومسكنه إلا أنه يخفي الكثير من البيانات المتعلقة مثلا بجنسه واسمه الحقيقي، والمبحوث يؤكد على أنه لا يمكن إعطاء معلومات حسابه السرية لأي شخص كان، وذلك لوجود بعض التفاعلات بينه وبين بعض المستخدمين، والتي يستحي من أي شخص معرفتها، وفي السياق ذاته المبحوث غير صادق في كل البيانات المعطاة عبر صفحاته مرجعا ذلك إلى أن هذه المواقع لا تعمل على التحقق من الهويات بشكل صارم وحقيقي، ولا يرى المبحوث بأن ارتباطه بمجموعة من العلاقات خارج دائرته الثقافية أن ذلك سيؤثر على خصوصيته في المجال الثقافي.

المجال الزماني والمكاني:

يرى المبحوث بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد استهلكت جميع وقته، الأمر الذي دفعه بالتخلي عن مجموعة من الوظائف والمهام، كما أكد نفيه بتساوي الزمنين الواقعي والافتراضي لاختلاف خصوصية كل واحد منهما، معربا عن عدم كفاية زمن الاستخدام للقيام بكل النشاطات التي يريدتها عبر هذه المواقع، ويولي المبحوث أهمية لاسترجاع بعض الاحداث واستدكارها إما بطريقة ارادية أو بطريقة آلية، ويوضح المبحوث بأن أكثر الأماكن مشاهدة بالنسبة له (هي المحلية، والجامعة، وأماكن فضاءات الموسيقى والترفيه...)، ويقوم في الغالب بنشر الأماكن التي يقوم بزيارتها، مستخدما بذلك كل الطرق والوسائل لتحديث حسابه، وإيلاء اهتمام واسع لجميع جزئياته.

تمثلات القيمة الأصلية الحياء:

وفيفهم المبحوث قيمة الحياء: على أنها مانع من وقوع فعل منبوذ اجتماعيا، مؤكدا أن هذه القيمة قد تغير مدلولها بين الماضي والحاضر، نتيجة مجموعة من العوامل المتعلقة أساسا بالبعد عن الدين، وتأخذ لدى المبحوث هذه القيمة في بعض الأحيان أهمية بالنسبة لما ينشره، معتبرا ذلك نوعا من الحرية، وان تم الاستحياء فيكون من الاقارب أو بعض أفراد العائلة المتواجدون عبر حساباته.

المبحوث السابع وعشرون:

تمثلات الشباب للقيمة المركزية التواصل:

يتمثل المبحوث القيمة المركزية التواصل بأنها عملية نقل الأفكار والتجارب وتبادل المعارف بين الأفراد والجماعات، وقد يكون التواصل ذاتيا بين النفس أو مع الآخرين (جماعيا)، ويتجسد هذا المفهوم في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال أن المستخدمة تبحث دائما عن التشارك في الأحداث والدردشة وذلك بغرض التعرف على الجنس الآخر مما يجعل المبحوثة تضع بعض المعايير لقبول الفاعلين في هذه المواقع الذكور أكثر من الإناث أي حسب الجنس، وبالنسبة للطريقة المثلى للتواصل هي استعمال كل ما هو متاح من كتابة وصور وفيديو ورسائل صوتية، وكل ما سبق، هذا وتلتزم المبحوثة بالرد على الرسائل والتعليق عليها والتي تم الأصدقاء، ومن جهة أخرى لا يؤمن المبحوث بالاختلاف في الرأي حيث يصاحب ذلك حذف للمنشور، والمبحوث يولي اهتماما كبيرا لتفاعلات الجمهور.

المجالات المتعلقة بالقيمة المركزية:

المجال الذاتي:

الهوية فترى أن هذه المواقع قد ساعدتها أحيانا في الارتباط بالدين لأن بعض المستخدمين يعملون على نشر بعض المنشورات المتعلقة بالدين، وأكدت المبحوثة أن بعض المضامين لتلك المنشورات تدعو إلى التمسك بالدين، هذا وتستخدم المبحوثة في بعض الأحيان اللغة العربية، وفي نفس السياق قيد بينت المبحوثة بأن هذه المواقع قد ساعدتها أحيانا على الارتباط بالعادات والتقاليد.

الحرية تفهمها المبحوثة على أنها قدرة الفرد على تقرير مصيره بنفسه دون تدخل من أحد، وهذا المفهوم يتجسد لدى المبحوثة في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الدردشة دون النشر، هذا وأكدت المبحوثة على وجود بعض المضايقات أحيانا التي تحد من حريتها.

الخصوصية: فالمبحوثة ترى أنها قدرة الفرد على عزل نفسه أو معلومات عنه دون الكشف عنها لأي شخص آخر، مؤكدة تعرضها للقرصنة في بعض المرات، هذا وتشارك المبحوثة البيانات مع الأصدقاء فقط إلا أنه لا يمكنها إعطاء معلوماتها السرية حول الحساب وذلك لوجود بعض الدردشات مع بعض الأصدقاء يستحيل الإفصاح عنها، وفي السياق ذاته المبحوثة غير صادقة في البيانات الموجودة على هذه المواقع، وذلك راجع إلى هاته المواقع لا تفرض

على المستخدم الكشف عن هويته، ولا ترى المبحوثة بأن ارتباطه بمجموعة من العلاقات من خارج حدوده الجغرافية سيؤثر على خصوصيتها.

مجال الزمان والمكان:

ترى المبحوثة أن مواقع التواصل الاجتماعي قد استحوذت على وقتها (الفترة المسائية والفترة الليلية)، وذلك من خلال الاستعمال المكثف لهذه المواقع، كما أكدت نفيها لتساوي الزمنين الواقعي والافتراضي وذلك حسب خصوصية كل منها، كما تعمل المبحوثة على استرجاع بعض الأحداث الماضية والتي تم نشرها سابقا وذلك بطريقة إرادية، كما أكدت أن الأماكن التي تراها على حسابها هي الحفلات، والموسيقى، وتعمل على نشر كل الأماكن التي تقوم بزيارتها، أما عن تحديثها لحسابها بشكل دوري فهي لا تولي أهمية لذلك.

القيمة الأصلية الحياء:

وتفهم المبحوثة قيمة الحياء على أنه خلق يحمل على إتيان الحميد وترك القبيح، مؤكدا أن هذه القيمة قد تغير مدلولها بين الماضي والحاضر، وأكدت المبحوثة على أنه عند نشرها على حسابها في مواقع التواصل الاجتماعي فإنها تأخذ أحيانا هذه القيمة بعين الاعتبار وذلك الاستحياء راجع إلى بعض الأقارب وأفراد العائلة.

المبحوث الثامن وعشرون:

تمثلات القيمة المركزية التواصل:

يتمثل المبحوث القيمة المركزية التواصل على أنها عبارة عن تفاهم بين طرفين معينين (شخصين) ويكون أحد الطرفين مرسلا في وقت معين والآخر مستقبلا في وقت آخر، ويتجسد هذا المفهوم في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال أن المستخدم يقوم بمشاركة مختلف الأحداث وكذلك الدردشة، وهو الذي يدفعه إلى وضع بعض المعايير في اختياره للأفراد الذين يتواصل معهم، وعليه فإن المبحوث يرى أن الطريقة المثلى للتواصل عبر هذه المواقع هي الكتابة، والصور والرسائل الصوتية، ويلتزم المبحوث بالرد على الرسائل وكذلك التعليق على الأحداث التي تهم بالأصدقاء، وكذلك المبادرة في الحديث والسؤال عن الآخرين لأنه يرى في ذلك واجبا، كما يرى المبحوث أنه يؤمن بفكرة الاختلاف في الرأي حسب طبيعة الموضوع، وهذا ويتفق المبحوث مع الشخص المجادل، وعليه فالمبحوث يعير اهتماما لتفاعلات الجمهور وكذلك الاعجابات.

المجالات المتعلقة بالقيمة المركزية:

المجال الذاتي:

الهوية يؤكد أن المواقع التي يستخدمها قد ساعدته بشكل أكبر في التعلق بالدين لأن الأصدقاء الذين يتواصل معهم يقومون بنشر منشورات متعلقة بالدين، وأكد المبحوث بأن مضامين المنشورات أغلبها تدعوا إلى التمسك بالدين، هذا لا يعني عدم وجود بعض المضامين الغير أخلاقية، أما اللغة التي يتواصل بها المبحوث فإنه يتواصل باللغة العربية الدارجة كونها الأكثر تداولاً بين المستخدمين الذين يتواصل معهم، ويتحاشى استخدام اللغة العربية الفصحى في لا تتماشى مع خصوصية النشطين معه في هذه المواقع، فقد بين بان هذه المواقع قد خلفت نوع من الارتباط بالعادات والتقاليد.

الحرية فيفهمها المبحوث على أنها إمكانية أي فرد دون أي جبر أو شرط أو ضغط خارجي على اتخاذ قرار أو تحديد خيار من عدة إمكانيات موجودة، وهذا المفهوم يتجسد في شبكات التواصل الاجتماعي تواصلها، كما أكد المبحوث على أنه يجد حرية في نشر ما يجب عبر هذه المواقع، ويؤكد على أنه يجد حرية مطلقة في تكوين صداقات مع من يجب في هذه المواقع، كما أكد على أنه لم يتعرض غلى أي مضايقات عبر هذه المواقع.

وعن الخصوصية: فقد أوضح المبحوث على أنها تعني له امتلاك الشيء وعدم السماح لأي أحد المساس به مؤكداً على أن حسابه قد تعرض في بعض المرات إلى القرصنة، هذا ويشترك المبحوث البيانات المتعلقة به مثل الجنس والسن والمستوى التعليمي، وكذلك مكان الإقامة، كما أكد على أن البيانات التي لا يظهرها أمام العامة الخاصة بحسابه هي غخفائه للأصدقاء من على الحساب الشخصي، كذلك أكد المبحوث على أنه لا يمكن إعطاء بعض المعلومات السرية للحساب، وذلك بوجود بعض الدردشات الخاصة به، وفي نفس السياق يؤكد المبحوث على أنه صادق في بياناته الموجودة على هذه المواقع، ولا يمانع من إقامة علاقات بمجموعة من الأصدقاء خارج الحدود الجغرافية.

المجال الزماني والمكاني:

فالمبحوث يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي تأخذ حيزاً صغيراً من وقته، ويكون ذلك خارج إطار الدراسة أي في أوقات الفراغ، كما أكد على أنه يجد الوقت الكافي للقيام بنشاطاته التي يريد عبر هذه المواقع، هذا وأكد المبحوث على أنه يقوم باستذكار بعض الأحداث التي تهمه في هذه المواقع وذلك من خلال إعادة نشرها والتذكير بها، أما عن الأماكن التي يراها المبحوث تتكرر في حسابه هي الملاعب، الحفلات، والمنشورات الدينية.

تمثلات القيمة الأصلية الحياء:

يفهم المبحوث قيمة الحياء على أنه خلق رفيع يساعد على التمتع عن كل فعل قبيح والتقصير في حق الآخرين مؤكداً على أن هذه القيمة قد تغير مدلولها عبر الزمن، وأكد أيضاً انه عند نشره على حسابه فإن هذه القيمة يأخذها في الحسبان، وذلك راجع إلى الاستحياء من الأصدقاء والأقارب والعائلة.

المبحوث التاسع وعشرون:

تمثلات القيمة المركزية التواصل:

يتمثل المبحوث القيمة المركزية التواصل بأنها على أنها تبادل للمعلومات، والأفكار والمشاعر والمواقف مع الأفراد سواء داخل المجتمع أو خارجه، ويتجسد هذا المفهوم في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال أن المبحوث يبحث دائماً على من يشاركه اهتماماته، وهذا يدفع المبحوث إلى وضع مجموعة معايير تساعد في اختيار أصدقائه على هاته المواقع، هذا ويرى المبحوث أن الطريقة المثلى للتواصل عبر هذه المواقع هي الصور والكتابة والرسائل الصوتية وكذلك الفيديو، كما يلتزم المبحوث بالرد على الرسائل لأنه يعتبر ذلك أمراً ضرورياً بالنسبة إليه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين مبادرته في السؤال والحديث لا يعير لها اهتماماً، ومن جهة أخرى فإن المبحوث يؤمن بقضية الاختلاف في الرأي على مختلف المضامين المطروحة وذلك حسب طبيعة المواضيع حيث، يصاحب يصاحب ذلك جدال مع المستخدمين حول بعض المضامين، كما أكد المبحوث على أنه يولي اهتماماً كبيراً لتفاعلات الأصدقاء سواء بالإعجاب أو المشاركة أو التعليقات.

المجالات المتعلقة بالقيمة المركزية:

المجال الذاتي:

الهوية فيرى المبحوث أن هذه المواقع قد ساعدته أحيانا على الارتباط بالدين وذلك من خلال منشورات منشورات الترهيب التي يتم تداولها عبر هذه المواقع من طرف المستخدمين، كما لم ينفي المبحوث تعرضه لبعض المواقف التي تدعو إلى التخلي عن الدين وذلك من خلال الفيديوهات والمنشورات التي تعمل على تغيير بعض السلوكات والقيم، فالمبحوث يتواصل بلغة وسائط الاعلام الجديدة كونها اللغة المتداولة بين المستخدمين بكثرة ويتحاشى استخدامه للغة العربية الفصحى وذلك لعدم تمكنه منها بصفة مطلقة، كما أكد المبحوث على أن هذه

المواقع قد ساعدته في بعض الأحيان على الارتباط بالعادات والتقاليد، لكن ما هو سلبى هو التعارف غير الشرعى مع الجنس الآخر.

الحرية فيفهمها المبحوث على أنها اتخاذ قرار دون وجود سلطة او جهة تعيق هذه العملية، كما أكد المبحوث على انه تعرض لبعض المضايقات عبر هذه المواقع مرجعا ذلك إلى بعض الأمور التقنية التي تفرضها مواقع التواصل الاجتماعي.

وعن الخصوصية يرى المبحوث على أنها الصفة المميزة للفرد عن بقية الاشخاص الآخرين، ومن هذه الخصوصيات هي امتلاك حسابات خاصة والتي تعتبر أحد مظاهر الملكية الفردية، كما أوضح على أن حسابه ملكه لوحده، كما لم ينفي المبحوث تعرضه للقرصنة في السابق، إلا أنه يشارك مع العامة بياناته مثل: الاسم، الجنس، السن، مكان الإقامة، كما أكد على أنه لا يمكن أن يعطي أي معلومة سرية حول حسابه، وفي السياق ذاته أكد على أنه صادق في بياناته الشخصية الموجود على حساباته في هذه المواقع، كما أكد على أنه لا يمانع في تكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية، وذلك بغرض تكوين علاقات وذلك دون أن يؤثر على خصوصيته.

مجال الزمان والمكان:

يرى المبحوث أن هذه المواقع لم تستحوذ على وقته وذلك راجع لارتباطاته الدراسية وغيرها من الأمور، أما بالنسبة للنشاط في الواقع فهو أكثر من الافتراضي، فالمبحوث يعمل على استحداث بعض المنشورات التي يراها مهمة وذلك بغرض التذكير بها، ويكون بطريقة إرادية، كما أكد على أن الأماكن التي يراها بشكل متكرر هي الملاعب والحفلات والتسلية والمنشورات الدينية، ويقوم بنشر الأماكن التي يقوم بزيارتها.

تمثلات القيمة الأصلية الحياء:

ويفهم المبحوث قيمة الحياء على أنها كل ما يمنع الفرد من فعل كل شيء لا يتفق مع الأخلاق والسلوك الحميد، كما يرى أن هذه القيمة قد تغير مدلولها عبر الزمن، ويأخذ المبحوث هذه القيمة بعين الاعتبار عند نشره لبعض المضامين وذلك راجع لنوع من الحرية الشخصية، وإن تم الاستحياء فإنه يعود إلى الأقارب والأصدقاء والعائلة.

المبحوث الثالثون:

تمثلات المبحوثين للقيمة المركزية للتواصل:

فيما يخص تمثل المبحوث القيمة المركزية للتواصل فقد بين لنا أن مفهومه للتواصل على أنها القدرة التفاهم مع الآخرين وإقناعهم، هذا ويتجسد هذا المفهوم عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الدردشات والنقاشات الافتراضية التي يقوم بها مع من يشاركونه حسابه، وقد ساعدته هذه المواقع على بناء علاقات جديدة إضافة إلى تلك التي كانت تربطه بهم علاقة سابقة، بغرض متابعة أخبار كل من يشتركون معه في نفس الاهتمامات خاصة الوظيفية منها (البحث عن العمل)، أو تخصصهم العلمي، وبالنسبة للطريقة المثلى للتواصل عبر هذه المواقع فإنه يجذب الكتابة والرسائل الصوتية بالدرجة الأولى، لكنه يضطر في بعض الأحيان لاستعمال الفيديو والرسائل الصوتية، الأمر الذي يجعلنا ان نقول بأنه يستعمل كل الخصائص المتاحة للتواصل عبر هذه المواقع، كما أكد أنه يرد على جميع الرسائل التي ترد إليه باستثناء الرسائل التي تأتي من أطراف مجهولة والتي تكون في الغالب ذات محتوى دعائي أو غير أخلاقي أو بهدف القرصنة أو الهادفة لنشر فيروسات محددة، والمبحوث وفي لتفاعلاته مع ما ينشره أصدقائه بل يعتبر ذلك من باب الدين عليه لأنهم هم يبادلونه نفس السلوك، لكنه يؤكد بأن المبادرة في الحديث والسؤال غالبا ما تأتي من طرف بقية المستخدمين وهذا ليس لشيء معين وإنما من باب إعطاء أهمية لذلك ضمن نشاطه التواصلية، وقد كشف المبحوث بأنه يؤمن بالاختلاف في الرأي حول ما ينشره على حساباته الخاصة بل يعتبر ذلك بمثابة تقويم وتقييم لما ينشره لكن شريطة أن يكون الجدل في جو أخلاقي مبني على أسس صحيحة بعيدة عن التعصب للرأي دون اعتراف بالآخر، والمبحوث حين نشره لأي محتوى عبر هذه المواقع ينتظر دائما رد الفعل من الجمهور لتعزيز ثقته بنفسه والعمل على تحقيق الرضا وهي كذلك من باب إشباع حاجة الاحترام إليه، منتظرا التفاعل مع ما ينشره تعليقا ومشاركة وإعجابا.

تمثلات المبحوثين لمجالات القيمة المركزية:

المجال الذاتي:

الهوية يرى بأن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على الارتباط بدينه وذلك من خلال المنشورات التي تحتوي مضامين دينية التي ينشرها بقية المستخدمين، وتشكل مواقع التواصل الاجتماعي مكانا للمنافسة بين المضامين الأخلاقية وغير الأخلاقية على حد سواء، بينما يؤكد متابعته وتعرضه للصفحات المعنية بالأمور العقائدية في بعض الأحيان، ويتواصل المبحوث في هذه المواقع بالدرجة على اعتبارها انعكاس لاستعمالات اللغة في الواقع، مع تأكيد

على استعمال اللغة العربية للنشر في بعض الأحيان وللإجابة على الأشخاص الذين يبادرون بالحديث بهذه اللغة بداية، وقد ساعدته مواقع التواصل الاجتماعي على الارتباط بالعادات والتقاليد (الاحتفالات، الأعراس، مأكولات...)، والعمل على نشرها بل وحتى استعراض الكيفية التي ظهرت بها سلوكا من خلال تصويرها أو الحديث عنها.

الحرية المبحوث يفهمها على أنها فعل أي شيء دون قيد، حيث يرى بأن هذا المفهوم يتجسد في استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي لكن مع اعترافه بالمراقبة الضمنية لكل ما يدور في هاته المواقع من طرف جهات مختصة وحتى من أصحاب هذه المواقع أنفسهم، وقد أكد بأنه حر في نشر كل ما يجول في خاطره، كذلك حر في تكوين علاقات مع من يريد دون فرض أو تقييد، موضحا في ذات السياق أنه يتعرض في بعض الأحيان لبعض المضايقات التقنية ترتبط أساسا بطريقة استخدام المواقع مثل صعوبة الاستخدام أو عطب في خاصية محددة أو تغيير بعض منها.

الخصوصية وقد وضح المبحوث بأنها تعني له امتلاك الشيء وعدم السماح لأي أحد المساس به، وفي المجال الثقافي تتمظهر الخصوصية أكثر لدى المبحوث حيث يعتبرها خطأ أحمر لا يمكن تجاوزه إطلاقا، وقد أكد المبحوث تعرضه في السابق للقرصنة، كما أنه يشارك مع العامة البعض من البيانات المتعلقة باسمه وتخصصه الأكاديمي في حين لا يكشف عن سنه وعن حالته الوظيفية وعن وضعيته الاجتماعية وذلك لاعتقاده أن هذه الأمور تخص به وبمن هو قريب منه هو، مؤكدا في ذات السياق أن معلومات الحساب سرية لا يمكن الكشف عنها مطلقا لأي شخص آخر ما يتم تداوله في حساباته فيما هو ظاهر (محتويات...) وفيما ما هو سري (خاصة العلاقات مع الجنس الآخر)، مؤكداً بأن تكوين صداقات خارج الحدود الجغرافية لا يهدد خصوصيته الثقافية على الإطلاق.

المجال الزمني والمكاني:

أما عن المجال الزمني والمكاني فالمبحوث يرى بأن مواقع التواصل الاجتماعي لم تستحوذ على وقته حيث يتسم استخدامه لهذه المواقع بالاتزان بين الاستخدام التقني وبين الوظائف الاجتماعية، لكنه ينظر إليها من زاوية إيجابية في ذلك بحكم أنها تسد فراغا حياتيا كثيرا، مبينا أن زمن الاستخدام يكفيه للقيام بالنشاطات التي يريد عبر هذه المواقع، وعن استذكاره للأحداث فأوضح بأنه هو من يقوم بذلك بالإضافة إلى الخاصية التقنية في الفايسبوك، لكنه هو من يحاول في مرات عديدة التذكير بالمراحل الحياتية التي مر بها، وذلك حتى تتماشى نوعاً مع ظروفه التي يمر بها حاليا، وعن الأماكن التي يراها دائما هي الهياكل التنظيمية، إدارة مصانع... في إطار بحثه المتواصل عن العمل، أما عن

الأماكن التي يعمل على نشرها فهي تلك المتعلقة بالطبيعة والجمال، ويقوم المبحوث بتحديث حسابه بشكل دوري خاصة من حيث شكل الحساب في المواقع (الألوان، السمات، الصور الشخصية...).

تمثلات القيمة الأصلية الحياء:

وعن تمثلاته للقيمة الأصلية الحياء فقد وضح بأنها تعني له فعل ما يريد لكن في حدود أخلاقي ويرى بأن هذه القيمة قد تغير مدلولها لأن الناس قل عملهم بها نتيجة التكشف الحاصل وعدم الاحترام للآخر، أما عن نفسه فيرى بأنه يلتزم بهذه القيمة في حساباته من خلال الظاهر، معتبرا أن صفحاته وحساباته بمثابة واجهات له فلا يمكن إلا أن تظهر بصورة حسنة على حد تعبيره.

2. تحليل نتائج تمثلات المبحوثين للقيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي:

1.2 النتائج المتعلقة بالقيمة المركزية، مجالاتها، والقيمة الأصلية:

❖ القيمة المركزية للتواصل:

- التواصل يعني الدردشة:

المبحوثون يرون أن السلوك الدردشي، هو السلوك الذي يتجسد فيه التواصل كملمح واضح للتواصل كعملية بين مرسل ومتلقي.

ومن خلال قراءة التراث النظري: فقد طورت تكنولوجيا الاتصال الرقمي من قدرات الوسائل الجماهيرية وإمكانياتها، عبر إدخالها كل وسيلة تقنيات وتطبيقات تتوافق مع طبيعة إنتاجها، وكانت احد هذه الإدخالات الخصائصية تتميز في الدردشة باعتبارها سبيلا للتواصل¹.

- التواصل لا يعني التفاعل في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

رأينا من خلال إجابات المبحوثين أن أغلبهم يدركون بأنهم يقومون بالفعل التواصلي، لكن لا يقومون به بالصيغة التفاعلي، لتغير هذه الصيغة في هذه المواقع.

ومن خلال قراءة التراث النظري: فقد طرح (جاري كروج Gray Krug) في فصله المعنون بالتكنولوجيا كثقافة Technology as Culture إن ابتكار الواقع الافتراضي وعوالمه الالكترونية أدت إلي تفكيك العلاقات الفيزيائية بين الأفراد، ويقصد بذلك أن تفاعلات الواقع الافتراضي التي تتم في إطار الإنترنت أثرت بدورها علي تفكيك العلاقة بين التفاعلات التي تقوم علي أساس الوجه بالوجه².

- تغييرات على مستوى المرسل:

لقد أصبح لكل مرسل حاليا قدرة على الحصول على مصادر معلومات متنوعة لمواده، نصا وصورة، حتى من الأماكن التي لم يكن باستطاعته الولوج إليها.

¹ - راندي ريديك واليوت كينغ، صحفي الانترنت، تر: ليس البيحي، الأهلية للنشر والتوزيع، بيروت، 2009، ص 21.

² - Krug, Gary, communication, Technology and culture chang, SAGE publications, London-Thousand Oaks, New Delhi, P2.

ومن خلال قراءة التراث النظري: تؤكد الباحثة (وفاء أبو شقراء) بأن: "المرسل اليوم يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي لمعلوماته ومصادره، الأمر الذي يضعف في بعض الأحيان هذه المعلومات"¹.

- تغييرات على مستوى الرسالة:

تأثر محتوى الرسالة الجماهيرية، بـ"التفاعلية الرقمية" خاصة المضامين التي تعمل على جذب المستخدم للوسائط الرقمية، المتعلقة بكل صنوف الخفة والتسلية والإثارة والاستعراض.

ومن خلال قراءة التراث النظري: تؤكد الباحثة (وفاء أبو شقراء) بأن: "الرقمي قد وفر للرسالة الإعلامية في الجماهيري الصور الثابتة والمتحركة، وما زاد الأمر تفاعلية هو دخول كاميرا الهاتف الذكي، والتي أصبحت الوسيلة الأكثر استخداماً في نقل المحتويات إلى هذه المواقع"².

- تغير مفهوم الجمهور:

الجمهور النشط والفعال، مفاهيم تجسدت في الممارسة الاستخدامية للشباب، الأمر الذي يدفعنا للحديث عن ضرورة إعادة النظر في المفهوم ابستمولوجيا وممارساتيا.

ومن خلال قراءة التراث النظري: فلقد بلغ التطور التقني ذروته في السنوات الأخيرة، ورافقه تغيرات أخرى أعطت مفهوم التلقي أبعاداً جديدة أهمها: الوجود اللامادي واللاحدودية في الزمن والمكان للجمهور والذي أصبح يطلق عليه عالم ما بعد الجمهور³.

- الإناث يميلون لعقد العلاقات مع جنسهم أكثر من الذكور

الإناث في ميلهم العلائقي يجذبون جنسهم، أكثر من الذكور الذي يميلون للعكس، خاصة في مجتمعاتنا التي لازالت تسودها بعض الضوابط في هذا المجال.

ومن خلال قراءة التراث النظري: نجد أن الإناث مَرَّحُونَ أكثر لتكوين الأصدقاء وخسارتهم على وسائل التواصل الاجتماعي. وفقاً لدراسة جديدة أجراها مركز (Pew) للبحث⁴.

- إشكالية التعارف بين الحقيقي والافتراضي:

¹ - نوبند القادري عيسى وآخرون، الإعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2017، ص 367.

² - المرجع نفسه، ص 368.

³ - Dayan, D. Les Mystères de la réception, Paris, éditions Gallimard, 2007, p. 304.

⁴ - <http://ibelieveinisci.com/?p=7206>.

رأينا في تحليل مقابلات الباحثين، أن أغلبهم يتجه إلى تكوين صداقات واقعية، بعد تعارفهم مع مستخدمين آخرين في هذه المواقع.

ومن خلال قراءة التراث النظري: أكدت دراسة (وليد رشاد زكي عمر طه) في بحثه: "الجماعات المتشكلة في الفضاء العالمي بناؤها ومضامين تفاعلاتها الاجتماعية" أن أكثر من ربع المراهقين الذين استجابوا للبحث قالوا بأنهم كوّنوا أكثر من 5 أصدقاء عن طريق الإنترنت. هذه الصداقات والعلاقات تميل غالباً لأن تبقى ضمن حدود العالم الرقمي، حيث أن 57% من المراهقين ذكروا بأنهم كوّنوا صداقات على الإنترنت، و20% فقط منهم قالوا بأنهم قابلوا من تعرفوا عليهم على الإنترنت شخصياً. و تبين من خلال نتائج الدراسة أن تكوين الصداقات كانت أبرز المتغيرات التي دفعت الأفراد من عينة الدراسة للدخول في تفاعلات في الفضاء الرمزي، حيث شكل هذا الفضاء إطار جديد للعلاقات الاجتماعية التي لا تشترط في عضويتها سوى الاهتمامات المشتركة، ولعب الترفيه أيضاً متغير رئيسي للدخول في المحادثات الافتراضية وخاصة في ظل موجات التفكك التي تطرأ على الواقع الأرضي المعاش وهذا ما أشار إليه نسبة كبيرة من عينة الدراسة¹.

- تمتين العلاقات الاجتماعية في الواقع الافتراضي

إن جزءاً آخر من الباحثين أكد بأن ولوجه لهذه المواقع هو بسبب تعزيز العلاقة مع أصدقاءه الموجودين في الواقع.

ومن خلال قراءة التراث النظري: فإن الدراسة السابقة قد أكدت بأن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مشابهاً في جعل المراهقين يشعرون بأنهم أكثر ارتباطاً بأصدقائهم. أكثر من ثلاثة أرباع المراهقين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، ووفقاً لهذه النسبة، فإن 70% قالوا: "بأنهم يشعرون بارتباط أفضل مع أصدقائهم عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي"، ولكن وسائل التواصل الاجتماعي لا تستخدم من قبل المراهقين لإقامة الصداقات فقط، فإن 63% من الإناث مقارنة مع 53% من الذكور ذكروا شكل واستخدام آخر، وهو ما يعرف بإلغاء الصداقة أو عدم المتابعة².

- أخلاقيات التواصل الشبكي الجديدة: الرد على الرسائل، التفاعل مع الأحداث التي تهتم الأصدقاء، المبادرة في الحديث والسؤال:

¹ - وليد رشاد زكي عمر طه، الجماعات المتشكلة في الفضاء العالمي بناؤها ومضامين تفاعلاتها الاجتماعية دراسة على عينة من المتفاعلين عبر شبكة المعلومات، جامعة عين شمس، أطروحة دكتوراه، 2007، ص 12 - 21.

² - المرجع نفسه، ص 22.

فرضت المحادثة في مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من الأخلاقيات التي لا تختلف في الكثير من الأحيان عن الأخلاقيات الموضوعية في التفاعل داخل العالم الواقعي.

ومن خلال قراءة التراث النظري: أظهر بحث لمركز بو أن 90% من أصحاب الهواتف المحمولة يحملون هواتفهم معهم على الدوام، ويقول 76% منهم إنهم نادراً ما يغلقونها أو لا يغلقونها على الإطلاق. أظهرت دراسة صغيرة نشرت في 2015، أن الشباب صغار السن يتفحصون هواتفهم المحمولة بمعدل 85 مرة في اليوم الواحد. أضف إلى ذلك التسامح الاجتماعي المتزايد تجاه استعمال الهاتف المحمول أثناء تواجدك مع أناس آخرين، ومعقولة التوقع بأن الأمر لن يستغرق من المستقبل سوى ثوان معدودة لرؤية أية رسالة، تقول (توركل) "في كثير من الأحيان ما يحدث هو أن الناس يديرون خمس محادثات في نفس الوقت، ولا يكون بإمكانهم حقاً التفاعل والحضور مع خمسة أشخاص بنفس القدر، لذا يلجؤون إلى عملية اختيار ويجددون أولوياتهم وينسون. دماغك ليس وسيلة مثالية لتحليل الرسائل النصية والتعامل معها. لكن يتم تأويل الأمر كما لو أنها محادثة حقيقية، ويتأذى الناس بسبب ذلك". و تتنوع أنماط التفاعلات الافتراضية بين التفاعلات الخاصة التي تتم في إطار فردي ويحدث هذا النوع من التفاعل عندما يدخل فردين في حوار عبر مواقع المحادثات الافتراضية، وتبدو فكرة الخصوصية في هذا النمط من التفاعل، وتتعدد موضوعات التفاعل في النمط الفردي من التفاعلات الافتراضية، وهناك نمط آخر من أنماط التفاعلات الافتراضية وهي التفاعلات عبر الكاميرا ذلك النمط من التفاعل الذي يتم عبر كاميرا الويب، ويعد هذا النمط من أكثر أنماط التفاعل مصداقية في الواقع الافتراضي كونه يظهر هوية المتفاعلين أثناء المحادثات، وهناك محادثات تتم في إطار جماعي تحدث في أنساق المنتديات المختلفة التي تنتشر عبر الشبكة ويقوم هذا النمط من التفاعل علي فكرة المجموع حي يحدث هذا النمط من التفاعل عندما يدخل عدد من ذوي الاهتمامات المشتركة في الموضوعات التي تهم اهتماماتهم، وقد استطاع هذا النمط من التفاعل من تطوير آليات للضبط الاجتماعي تستطيع بدورها القيام بدور المعاقب عند الخروج عن تقاليد المجتمع الافتراضي، وهناك تفاعلات أجنبية تطرح موضوعات ذات أبعاد متباينة¹.

❖ المجال الذاتي: الهوية

أن الهوية التي تُصوّر على مواقع التواصل الاجتماعي هي ذات مشيدة عن عمد ومرغوبة اجتماعياً، يطمح إليها الأفراد لم يتكمنوا حتى الآن من تحقيقها. ومما يثير الدهشة أن التواصل عبر الشبكات الاجتماعية قد أدى الآن إلى ثلاث ذوات محتملة هي الذات الحقيقية والتي يُعبّر عنها في البيئات المجهولة الهوية من دون قيود القيود التي تفرضها

¹ - midan.aljazeera.net/miscellaneous/2018/1/23.

الضغوط الاجتماعية. والذات الفعلية ، أي الفرد المتوافق المقيد بالأعراف الاجتماعية للتفاعلات التي تتم وجها لوجه، وأخيرا الذات المحتملة، والتي تظهر لأول مرة، والمأمولة، التي تُعرض على مواقع الشبكات الاجتماعية ...

- شبكات التواصل الاجتماعي تخاطب الوعي الديني دون السلوك:

فالعينة المبحوثة أعربت بأنها تهتم بالمواضيع ذات الجانب الديني، وبعضهم يحاول حتى التذكير بها من باب النصح والتوجيه، لكن في الوقت ذاته وجدنا كثيرا من المنافاة بين ما يدعو إليه المبحوث دينيا وبين واقعه المعاش.

ومن خلال قراءة التراث النظري: تتفق هذه النتيجة مع دراسة (جمال سعايدي) حول : "الشباب التونسي والتدين دراسة في السلوكيات"، فأول هذه الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة، هو الانفصال التام بين سلوكيات من يدعون التدين في خطاباتهم (الافتراضية أو الواقعية) المنمّقة والمعطّرة بالقيم والعبارات المستقاة من الحقل المعرفي الديني وبين معاملاتهم وأخلاقهم اليومية، وهذا ليس استثناءا تونسيا بل هو ظاهرة عربية بامتياز وقد زادت حدتها مع انتشار القنوات الدينية الممولة بعائدات النفط والتي تسعى من ضمن ما تسعى إليه إلى بثّ إسلام آخر لا تشغله قيم العدل والحرية بقدر ما تشغله طقوس محدّدة يجتزل فيها الإسلام ورسالته في مجموعة من السلوكيات. أما الاستنتاج الثاني يخصّ اشتراك أغلبية متبني التدين الافتراضي في محدودية الزاد المعرفي المتعلّق بالدين والفكر الإسلامي عموما، ولعلّ إعادة نشر ما يبعث لهم دون تمحيص أو حتى حسن نقدي خاصة في المسائل التي تصدم العقل وتستفزّه خير دليل على ذلك¹.

- مواقع التواصل الاجتماعي واللغة الجديدة:

بينت مقابلات المبحوثين بأن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي قد أفرزت لغة خاصة بمستخدميها لها خصوصيتها من حيث التكوين اللفظي والمفردات والتراكيب الجمالية التي تسعى للاختصار قدر الإمكان.

ومن خلال قراءة التراث النظري: في دراسة قامت بها الباحثة (فطيمة بوهاني) حول : "شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري"، وكغيره من مستخدمي الأنترنت يجد المستخدم الجزائري نفسه مضطرا لخلق لغة أنترنيتية موحدة، جمعت بين اللغة العربية الفصحى والدارجة العامية، وشيء من اللغتين الفرنسية والإنجليزية وبعض من الرموز والحروف والرسومات والأرقام، حيث يتعامل ويتواصل ما نسبته

¹ - جمال سعايدي ، الشباب التونسي والتدين دراسة في السلوكيات، مجلة الحوار التونسي، العدد 20، 2016، ص18.

55.6% شابا مستخدما هذا النوع الجديد من اللّغة الأنترنتية، إذ يكتب ما نسبته 80% تعاليقهم ويترددشون كتابيا بخليط من الحروف العربية واللاتينية، بل ويكزون على استعمال الأرقام والرموز والرسومات¹.

- رهانات نقل العادات والتقاليد لمواقع التواصل الاجتماعي:

نرى بان المبحوثين قد أكدوا على أن نقلهم للعادات والتقاليد، ظل يتأرجح بين رافض للنقل بوصفه عودة للتراث والماضي، في حين يرى جزء منه أن نقل واجب، لكن لا بد من الإشارة حتى أن النقل في الكثير من الأحيان يخرج عن المقصد المرتبط بالقيمة.

ومن خلال قراءة التراث النظري: نجد دراسة الباحث (أحمد سمير عبد الهادي حسن)، التي أكد فيها بأن استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، واقتحام مقومات الثقافة الغربية له . حيث توصلت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من المبحوثين (59.8%) ترى بأن مواقع التواصل الاجتماعي مكان لتلاقي العادات والتقاليد، وأنهم يخافون من طرحها ضمن مضامينهم كنوع من الوراثة التي لا توابك الحداثة².

- إحياء التراث: الانعدام الافتراضي

نرى بان المبحوثين قد نفوا أي ارتباط بالماضي من خلال تاريخهم، أو العمل على التعريف بتراثهم المادي أو اللامادي، وهو الأمر الذي يحدث نوعا من الانفصال بين الشباب وارتباطه المكاني وإرثه باعتباره مخزونا مشتركا.

ومن خلال قراءة التراث النظري: تتفق هذه النتيجة مع دراسة الجعفري حيث أن نسبة كبيرة من المبحوثين لا تهتم بنشر الأحداث التاريخية، ولا صورها على بروفائلاتهم، بنسبة 69% في حين أكدت ما نسبته 26% عدم معرفة العديد من الشخصيات الوطنية³.

❖ المجال الذاتي: الحرية

قد لا تكون شبكات التواصل الاجتماعي هي ذلك المكان الذي يتمتع بالحرية ويُشكل منفذًا للناس من أجل التعبير عمّا يدور في نفوسهم في حياتهم العملية، بل إن بعض المبحوثين أقل رغبةً في مناقشة قضاياهم الهامة على شبكات التواصل الاجتماعي مقارنةً بما قد يفعلون في الحياة الفعلية، وعلى عكس الاعتقاد الشائع بأن شبكات التواصل الاجتماعي تفتح الباب للمستخدم للتعبير ضمن فضاءها عمّا قد لا يرغب بالتعبير عنه خارج الإنترنت،

¹ - فظيمة بوهان، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللّغة العربية عند الشباب الجزائري، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي للغة العربية، بيروت، 2013.

[/http://www.alarabiahconference.org](http://www.alarabiahconference.org)

² - أحمد سمير عبد الهادي حسن، ثقافة الشباب المصري في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 13، جامعة القاهرة، مصر، 2016، ص 28.

³ - الجعفري قاسم علي، الشباب والهوية في العالم الافتراضي، مجلة بحوث في العلوم الاجتماعية، العدد 45، جامعة الزرقاء، الأردن، 2014، ص 33.

فصانعي شبكات التواصل الاجتماعي وداعميها، كانوا يأملون بأن تقوم المنصات الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر بإنتاج أقتية نقاش مختلفة بشكل كافٍ قد يتيح لأصحاب الأقليات الفكرية من ذوي وجهات النظر المختلفة عن غيرهم حرية أكبر في التعبير عن آرائهم مما قد يُساهم في توسيع الخطاب العام ويضيف وجهات نظر جديدة، لكن وسائل التواصل الاجتماعي تُشجع المستخدمين في إبقاء آرائهم لأنفسهم، وهذا ما وجدناه عند العينة المبحوثة، فهم يمثلون الحرية نشرًا وعلائقًا، لكن فيما بعد بقية الإجابات تؤكد بنوع من الالتزام والتقييد في المجال الحرياتي.

وفي سياق آخر تؤكد الباحثة (داون نونسياتو) في كتابها " الحرية الافتراضية: حيادية الشبكة وحرية التعبير في عصر الانترنت " أنه قد انتهى المطاف بمواقع التواصل الاجتماعي لتصبح خاضعة لحفنة من الكيانات - الشركات الخاصة ذات السطوة، تتحكم فيها. ونتيجة لذلك، أصبحت قنوات التعبير مملوكة لتلك الشركات. وتقرّ الكاتبة بأنّ السنوات الأخيرة قد شهدت تطوّرًا، كان من شأنه أن منح حفنة صغيرة من القنوات ذات السطوة هيمنة مطلقة على تعبير الأفراد؛ إلى الحدّ الذي جعل قدرة هذه القنوات الخاصة على رقابة التعبير من خلال هذه الوسيلة، تصل إلى مستويات غير مسبوقة. وقد استثمرت قنوات التعبير -التي تتخذ من الولايات المتحدة مقرًا لها- موارد ماليّة هائلة لتطوير طرق الرقابة على التعبير؛ وذلك بناءً على طلب أنظمة مقيّدة للتعبير مثل الصين. ومع توقّر تلك الطرق، تصبح قنوات التعبير مؤهّلة -وعلى نحو متزايد- لتقييد حرية التعبير لدى مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة؛ وذلك تعزيزًا لمصالحها التجارية والسياسية وغير ذلك من المصالح، ممّا يزعزع الثقة بينها وبين المستخدم¹.

❖ المجال الذاتي: الخصوصية

أما من جانب الخصوصية فإن الظاهر لنا من خلال إجابات المبحوثين هو تمكينهم من التحكم في خصوصياتهم وحمايتهم، لكن الجانب الآخر في عتمة هذه المواقع هو استخدام تلك البيانات الخاصة من أجل توفير خدمات أفضل، فتعمل خوارزميات فيسبوك على سبيل المثال على التحليل المستمر لكل بياناتك وتحركاتك على الإنترنت لتجلب لك ما تعتقد أنه قد يثير اهتمامك، وفي الحقيقة يعتبر هذا استغلالًا لا أخلاقيًا للمعلومات الخاصة من أجل عمليات الترويج وجني الأرباح.

وفي دراسة قدمها (حسن السوداني) " تكنولوجيا الإعلام الجديد وانتهاك حق الخصوصية " أن أكثر من 80% من أفراد العينة أنهم لا يثقون في مواقع التواصل الاجتماعي².

¹ - داون نونسياتو، الحرية الافتراضية: حيادية الشبكة وحرية التعبير في عصر الانترنت، ترجمة: أنور الشامي، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2011، ص 67.

² - حسن السوداني، تكنولوجيا الإعلام الجديد وحق الخصوصية، دفاثر السياسة والقانون، العدد 11، جامعة ورقلة، 2014، ص 29.

❖ مجال الزمان والمكان:

من المثير حقًا التفكير إعلاميًا وميدياتيكيًا في موضوع الزمن، والحال أنّ الصيرورة الاستخداماتية والميدياتيكية بشكل عامّ، خاضعة برمتها لمعادلات زمنيّة دقيقة من حيث المراحل التي تقطعها كمارسة اتصالية منذ زمن بداية الاستخدام، إلى زمن المحادثة، وزمن النشر، وزمن التصفح، وعلاقة كل ذلك بالزمن الواقعي المعاش، وجميعها أزمنة مستقلة، متقاطعة في الآن ذاته. هذه الأزمنة الميدياتيكية، مثلما نبيّنها، فعل مولّد للزمن من حيث كونها إنتاجًا للمعنى، إنتاج له أثره في المجتمع، ومن حيث كونها كذلك اهتمامًا بقضايا الشاب المستخدم.

وهو نفس الطرح الذي ذهب إليه (الحيدري)، وانطلاقًا من خلال إدراج موضوع الزمن في أدبيات الإعلام والاتصال كمبحث أساسي يؤدّي إلى جلاء القضايا السوسيو-إعلاميّة المختلفة باختلاف المجتمعات والثقافات والعصور.¹

ومن جهة أخرى، يحيل المكان الافتراضي إلى التكنولوجيا الفائقة الدقة، فكأنّ بالمكان الافتراضي هو منتج تقني ونعرف كل ما هو عالق من أحكام مسبقة على أن التقنية تسلب جوهر الثقافي بل تتعارض وتختلف معه، لكن المكان الافتراضي المؤسس على المرجعية التكنولوجية الرفيعة يأتي أيضًا حاملًا بحكم فعل الإنسان لشحنة رمزية ثقافية كمحاولة لاستمالة التقني إلى الثقافي وتجنب الصراع والتعارض الأزلي القائم بينهما، ويعتبر الفضاء التخيلي بمثابة اللامكان، فهو بذلك طيف معلوماتي حواسبي، غير أن هذا اللامكان ينتفي من محيطنا، كان ذلك بصيغته الواقعية أو الافتراضية، فالصيغ التشابكية-شبكات التواصل الاجتماعي- تعيب عن الأنظار في حدها المادي، فلن نجد أنفسنا أمام هذه المعادلة في ما نسعى لتحسسه بل فيما ندرکه كمكان، وهذا ما تجلّى في تمثيلات العينة المبحوثة للعناصر المكونة للمكان الافتراضي (الحسابات...).

وهو ما دفع بالباحث (جمال الزرن) إلى تبني مفهوم "هندسة المكان" ويعتبر مصطلح هندسة المكان الافتراضي مصطلحًا حديث التداول الفكري، ويقصد به كل ما له صلة بهندسة الفضاء التخيلي، بشقه المادي والمتمثل في إبداع سبل جديدة في هندسة تكنولوجيات الافتراضي وبشقه الاعتباري.²

❖ القيمة الأصلية "الحياة":

لم يختلف أفراد العينة في تحديد تمثلهم للحياة، بل واعتبروا الالتزام به هو من يكسبهم الخروج من القيم الاتصالية إلى القيم في حقيقتها الجوهرية، مؤكدين في ذات السياق على أنهم يلتزمون بهذه القيمة باطنًا، أما في ظاهر السلوك فيحاولون الانفلات منها، والاقتراب من تحييد القيمة على حساب تعزيزها.

¹-عبد الله زين الحيدري، الزمن مقاربات وشهادات، الكتاب السابع عشر، 2017، ص83.

²- جمال الزرن، هندسة المكان الافتراضي منتجة لخطاب ثقافي، مرجع سبق ذكره، ص58.

فالمستخدمون لا يقفون عند حد بيان هذه القيمة، متحققين بها على أكمل وجه، فيأخذون بظاهرها وفق ما ينظر إليه الآخر، ولكنهم لا يستطيعون أن يأخذوا ببواطنها بأنفسهم، نظراً لالتزامهم بعنصرين أساسيين في التعامل مع هذه القيمة، تتركز الأولى حول الخفاء، والثانية عدم الانضباط، فليست هناك معايير ظاهرة أو مادية يمكن أن يُوسل بها في ضبط هذه المعاني الخفية.

فقد كشفت دراسة بحثية صادرة عن كرسي الأمير نايف بن عبدالعزيز -رحمه الله- للقيم الأخلاقية بجامعة الملك عبد العزيز بجدة، الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على السُّلم القيمي للشباب. ورأت الدراسة أن الاهتزاز القيمي بدأ بالظهور بعد طفرة الجيل الثاني من الويب، وولادة شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك و التويتر وغيرها، والتي تتسم بعناصر مثيرة وجاذبة، كالقورية *Immediacy* ، والتفاعلية *Interactivity* ، وتعدد الوسائط *Multimedia* ، والتحديث *Updating*، ما أدى لزيادة ساعات الاستخدام والتعرض، والاعتماد عليها كمصدر وحيد للأخبار والمعلومات، ونظراً للتنوع الواسع لفئات المستخدمين، وتعدد مستوياتهم الثقافية والأخلاقية وتبعاً لقانون التأثير والتأثر برزت ظواهر سلبية في سلوك الشباب ، غريبة عن قيمنا وتقاليدنا، كما ظهرت جماعات تدافع عن تلك القيم وتدعو لتبنيها، وهذا معناه نجاح عملية الفيروس الأخلاقي في اختراقنا، واهم القيم التي

1

مسها هذا النخر هي قيمة الحياء، باعتبارها أساس كل القيم، حسب ما تؤكد هذه الدراسة .

2.2 النتائج المتعلقة بالقيم الثقافية المستنبطة من تمثلات المبحوثين:

تتلخص منهجيتنا في استنباط القيم الثقافية من تمثلات الشباب للقيمة المركزية، ومجالاتها، دون الحديث عن القيمة الأصلية باعتبارها تشكل مركزاً ارتباطياً لبقية القيم النشطة في تلك المجالات، والتي سنتعرض لها لاحقاً، وفيما يخص منهجية الاستنباط نذكر:

- القيمة المركزية ومجالاتها لها مجموعة من القيم، عبرت عنها عينة البحث من خلال الأسئلة الخاصة بالتمثلات.
- حتى وإن كانت المفاهيم التي تعطي لبعض التمثلات القيمة تتميز بالسلبية، فإننا نعلم ذكره بالشق الإيجابي لأن القيمة في الأصل إيجابية - مادام مصدرها الدين- ، لكن تبقى السلبية في فهم القيمة أو تطبيقها سلوكاً.
- سنحاول إعطاء تعريف لكل قيمة ينطلق من تعريف اجرائي للمفهوم، وتخصيصه في الظاهرة التواصلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

¹ - https://naifchair.kau.edu.sa/Content.aspx?Site_ID=3203220&lng=ar&cid=241810.12/02/2018/23:00.

- أن هذه القيم تحكمهم خاصيات: التداخل والتكامل والتضاد في بعض الأحيان حسب طبيعة كل مستخدم .

- بعد التمكن من ضبط القيمة وعلاقتها بالمجال بما يخدم أهداف الدراسة، فإننا سنعطي تأصيلا نظريا لها من خلال البحث عنها في المقاييس المتعلقة بقياس القيم، أو قوائم القيم التي يعطيها بعض الباحثين، وهي على النحو التالي:

➤ مقياس (ألبرت وفيرنونولنديزي): يعتبر من أوائل الاستخبارات في قياس القيم، وقد أعده الباحث (ألبرت وفيرنون)، والذي تم تعديله بعد ذلك بالاشتراك مع (جاردر لندزي)¹.

➤ مقياس (برنس) للقيم الفارقة: أعده برنس ويقوم على أساس تصنيف القيم إلى نوعين: قيم تقليدية، وقيم عصرية، ويتكون من 64 بندا يشتمل كل منها على عبارتين، وعلى المجيب أن يختار واحدة منها، إحداها تمثل قيمة تقليدية والأخرى قيمة عصرية².

➤ مقياس دراسة الاختبارات "وودروف": ويتضمن ثلاث مشكلات رئيسية يندرج تحت كل منها ثمانية حلول، ويطلب من الفرد ترتيبها حسب الأهمية، ويكشف هذا المقياس عن عدد من القيم مثل: الحياة الأسرية، التدخين، الصداقة، الخدمة الاجتماعية، النشاط العقلي³.

➤ مقياس القيم الشخصية (هوكس): ويتكون من 90 بندا، وقد قسمت بنود المقياس إلى 30 مجموعة يتضمن كل منها ثلاثة بنود لقياس ثلاثة قيم من القيم العشرة ويطلب من المبحوث ترتيبها حسب أهميتها⁴.

➤ مقياس قيم العمل: قام بإعداده (سوبر) لقياس 15 قيمة، ويتكون من 18 مجموعة يحتوي كل منها على أربعة بنود لقياس أربعة قيم مختلفة⁵.

➤ مسح القيم (روكيش): ويتضمن جزأين الأول لقياس القيم الغائية ويتكون من 18 قيمة، والثاني لقياس القيم الوسييلية ويتكون من 18 قيمة أيضا، ويطلب من الفرد ترتيب كل جزء منها بشكل مستقل عن الآخر⁶.

¹ - أبو النيل محمود السيد، علم النفس الاجتماعي: دراسات مصرية وعالمية، الجهاز المركزي للكتب الجامعية، القاهرة، 1989، ص25.

² - المرجع نفسه، ص29.

³ - Woodruff, A, the roles of value in human behavior the journal of sosial psychology, vol36, 2001, p97.

⁴ - Hawkes, G, R & Egbret, values and the empathie response their interrelationship, 1987, p19.

⁵ - هناء عطية محمود، دراسات حضارية مقارنة في القيم: قراءات في علم النفس في البلاد العربية، الجزء 01، الدار القومية للطباعة والنشر، 1986، ص613.

⁶ - Rokeach, M, some unersolved issue in theories of beliefs altitudes and values, univ of nebarska, press, 1980, p68.

- مقياس (ع، ن، س) : وهو مقياس تم وضعه من طرف الباحثين: عزي عبد الرحمان، نصير بوعلي، والسعيد بومعيزة¹.
- مسح القيم العالمي: هو مسح تقوم به لجنة عالمية بشكل دوري يترأسها (أونجلهات) على مستوى العالم لمعرفة التغيرات التي مست البنية الثقافية، وتقوم بنشر تقاريرها في شكل كتب مطبوعة أو موقعها الرسمي².
- موسوعة القيم والأخلاق الإسلامية: هي موسوعة قام بجمعها الباحث (إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي)، جمع فيها أهم القيم التي تعبر عن الموروث الإسلامي³.
- قائمة (ليوتار) لقيم ما بعد الحداثة: هي قائمة وضعها الباحث، وعدد فيها أهم القيم التي أصبحت تميز مجتمعات ما بعد الحداثة⁴.
- مقياس (كال): وهو مقياس وضعه الباحث لدراسة مجموعة القيم الاجتماعية والنفسية⁵.
- هذا التأصيل سيكون من حيث القيمة في حد ذاتها، لا من حيث التعريف المعطى لها، أي من حيث اعتبارها قيمة.
- كل ما سيتم سرده من مقاييس خاصة، قد طبقت على الظاهرة الاجتماعية والنفسانية، لتبقى المقاييس القيمية في المجال الإعلامي والاتصالي ناقصة نوعا ما.
- استدلالنا بمجموعة المقاييس، هو لتأكيد صحة التوصل للقيمة وتعبيرها عن المجال، أما صلاحيتها وإمكانية تجسيدها في السياق العربي والإسلامي - بحكم أن أغلبها قد طُبّق في الدول الغربية- ، فإن الأمر يحتاج منا لمحطات علمية أخرى لتبيين ذلك.
- **قيمة التعارف:**
- التعارف قيمة إنسانية تتجسد في هذه المواقع باعتبارها فضاءا للالتقاء الرمزي بين المستخدمين خاصة الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، ولا يعني التعارف صيرورة التواصل فقد يقف عند حد الاطلاع على ذات الآخر وأخذ صورة عنه دون استمرارية في الكشف المتبادل لأطراف الاستخدام الشبكي.
- وهذه القيمة كان قد أدرجها (ألبرت وفيرنون ولندري) في مقياسهم للقيم، المدرجة ضمن القيم الاجتماعية.

¹ عزي عبد الرحمان، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2012، ص 169.

² أونجلهات، مسح القيم العالمي، تر: عبد الحميد عبد اللطيف، المركز القومي للترجمة، 2015، ص ص 87- 103.

³ اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، موسوعة القيم والأخلاق الإسلامية، مركز اسكندرية للكتاب، 2005، ص ص 19 - 23.

⁴ جيمس وليامز، ليوتار: نحو فلسفة ما بعد الحداثة، تر: إيمان عبد العزيز، المركز القومي للترجمة، ص 32.

⁵ هناء عطية محمود، مرجع سبق ذكره، ص 615.

- قيمة الحوار:

هو المراجعة التي تحدث غالبًا بين الطرفين، فينتقل الحديث والكلام من الأول إلى الثاني، ثم يعود إلى الأول وهكذا، وتجسيد ذلك بين المستخدمين في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الدردشة الثنائية أو الجماعية ليتعدى الحوار بذلك المفهوم الثنائي السابق، فالحوار يرتبط بتبادل الأدوار دون شرط للحضور العقلائي والذاتي للمستخدم في شبكات التواصل الاجتماعي، ودون رغبة في بعض الأحيان لارتباطه بآداب عدم التجاهل. وهذه القيمة كان قد تم إدراجها في مقياس (ع.ن.س) ضمن البعد التواصلية.

- قيمة التفاعل:

وهي النشاط التواصلية المستمر المعبر عن الاهتمام بالطرف الآخر، أو بالمحتوى المنشور في هذه المواقع، شريطة أن يكون هذا التفاعل مبنيا على الفهم.

وهذه القيمة أكد عليها مقياس (البورت وفيرتون ولندزي) ضمن القيم الاجتماعية.

- قيمة التفاهم:

وهو تحقق المعنى أو جزء منه لدى كل من المرسل والمتلقي، ليكون هنالك نوع من التماثل بين التصورات عن الذات وعن الأشياء، والتي تكون غالبا نتيجة الخبرة المشتركة. وهي قيمة توصل إليها (رونالد أنجلهارت وزملاؤه) في مسح القيم العالمي.

- قيمة الجدل:

وهو التعبير عن عدم الاتفاق حول قضية معينة، أو جزئية فيها، والتي يكون للآخر بذلك رأيا غير الذي يراه أحد المستخدمين، ويحاول كل الأطراف إقناع الآخر برأيه، إلا أن هذا التعبير الجدالي يكون وفقا للمعايير الأخلاقية. وقد توصل إليها الباحثون (عزي عبد الرحمان، نصير بوعلي، السعيد بومعيزة) في مقياسهم "ع.ن.س" في البعد التواصلية، وقد تم ربطها بالمجادلة والتي هي أحسن.

- قيمة التشارك:

وهي إحساس المستخدم بانتمائه لمجموعة من المستخدمين الذين يشترك معهم في مجموعة من الخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية وحتى الاقتصادية، ويعتبر عامل التشارك مهما في نجاح العملية التواصلية عبر هذه الشبكات.

وقد توصل إليها الباحث (هوكس) في مقياسه للقيم الشخصية.

- الاختلاف:

ونعني عدم الاتفاق كلية أو بطريقة تجزئية حول قضية محددة أو سلوك أو رأي يعبر عنه أحد المستخدمين، ولا يشترط التعبير عنه مثل الجدل فقد يكون التجاهل أحد طرق الاختلاف، لكن ينبغي أن يحدث الاختلاف - حتى وإن عُبر عنه- في إطار التماشي مع الأخلاق لضرورة الحفاظ على العلاقة التواصلية.

وقد عُبر عنه في موسوعة القيم والأخلاق الإسلامية.

- قيمة التسامح:

ونعني به أن المستخدم حتى وإن كان قد أخطأ في حق أحدهم نتيجة الاختلاف أو المبالغة في الجدل، فإن ذلك لا يفسد طبيعته التكاملية وحاجاته للاستمرار في الحفاظ على هذه العلاقات التواصلية، بناءً على التنازل المرغوب والتقليل من حظ الأنا.

وقد توصل إليها الباحث (روكيتش) في مقياسه، ضمن القيم الوسييلية.

- قيمة النفعية:

ونقصد بها أن المستخدم في بناءه لعلاقاته في شبكات التواصل الاجتماعي يسعى دائما لتحقيق فائدة رمزية تتعلق بجوانبه النفسية أو الاجتماعية أو...، وذلك سعيا منه للاستفادة وتحقيق رصيد علائقي يترتب عنه اشباع حاجاته المختلفة والمتنوعة.

وقد توصل إليها الباحث (روكيتش) في مقياسه، ضمن القيم الغائية.

- قيمة الاستهلاك:

ونقصد بها أن المستخدم لم يكتف بتوصيفه بالتفاعلية فحسب، لكن في الوقت ذاته يعمل على إيجاد السبل لاستهلاك أكبر عدد من المضامين - وفي بعض الأحيان حتى المضامين التي لا تمهه، لكن بعض الشروط التواصلية والاستخداماتية تفرض عليه ذلك- ، الأمر الذي يزيد فيه الرغبة النهمية في كل ما هو جديد والعمل في الكثير من الأحيان على نقله لبقية المستخدمين.

وهي قيمة توصل إليها (رونالد أنجلهارت وزملاؤه) في مسح القيم العالمي.

- قيمة المجاملة:

ونعني بها أن المستخدم في التعبير عن علاقاته مع بقية المستخدمين، قد يعبر عن اهتماماته بهم وبتفاعلاته مع ما ينشرونه، ومع رسائلهم الدردشية، بنوع من التفاعل لكن دون حضور لنية تواصل حقيقية أو تعبير عن اهتمام صادق، ولكن من باب الحضور الافتراضي وبنوع من الدبلوماسية حتى وإن كان ما قام به المستخدم الآخر لا يدخل في اهتماماته، والتي غالبا ما تكون نتيجة المعاملة بالمثل (الاعجاب، التعليق، الرد على الرسائل...).

وهي قيمة تم التواصل إليها في مقياس القيم الشخصية لـ(هوكس).

- قيمة الارتباط بالدين:

وتعني هذه القيمة أن المستخدم في تفاعلاته مع بقية المستخدمين، يسعى دائما لتحقيق نوع من الترابط والتذكير بالأمر الديني الاسلامي بالتصريح بها، سواء تعلق الأمر بباب العقائد أو السلوكيات.

وهي قيمة قد تحدث عنها مجموعة كبيرة من المقاييس القيمة، ومنها مقياس (ألبورت وفيرنون ولندزي) ضمن القيم الدينية.

- قيمة الحفاظ على اللغة:

وتعني أن المستخدمين في تفاعلاتهم عبر هذه الشبكات، يسعون دائما لتوظيف اللغة العربية نشرا ومحادثة، بغية الحفاظ عليها ضمن المجال التدافعي والتنافسي لبقية اللغات واللهجات.

وقد توصل لهذه القيمة الباحث (برنس) في مقياسه للقيم ضمن النوع الأول منه وهي القيم التقليدية.

- قيمة الحفاظ على العادات والتقاليد:

ونعني بها أن المستخدم يسعى دائما في جهوده التواصلية عبر هذه المواقع، أن يعطي حيزا للتذكير و/أو تذكر بعض العادات والتقاليد، كجزء من الحفاظ على الهوية ومقومات المجتمع الجزائري.

وقد توصل لهذه القيمة الباحث (برنس) في مقياسه للقيم ضمن النوع الأول منه وهي القيم التقليدية.

- قيمة إحياء التراث:

ونقصد بها أن المستخدم يحاول أن يستذكر كل ماله علاقة بالتاريخ والتراث، في منشوراته كنوع من الارتباط المعنوي بين جيل الماضي وجيل الحاضر (الشباب).

وقد توصل لهذه القيمة الباحث (برنس) في مقياسه للقيم ضمن النوع الأول منه وهي القيم التقليدية.

- قيمة التنافسية:

وهي تحقيق التدافع والعمل على المقارنة بين من ينتفع بفوائد أكثر، ومن يستهلك أكثر، من اكتساب رمزية أو تحقيق تفاعل (التنافس في الاعجابات، التنافس في عدد الأصدقاء، التنافس في تجاهل الأصدقاء، التنافس في نوعية المضامين، التنافس في مدة الاستخدام....)، شريطة ان يكون هذا التنافس محمودا ومرتبطا بالأخلاق.

وهي قيمة ضمن قائمة (ليوتار) لقيم ما بعد الحداثة.

- قيمة التعددية:

وهي أن المستخدم أصبح يميل إلى تشكيل هويات متعددة تمثله، أو تلك التي يحاول أن يوسع به قاعدته التعريفية، فلا يقتصر على ربط هويته بنفس الاهتمام فقط -مع أنه هو الغالب-، ولكن يسعى دائما للتعدد والتنوع مهما كان نوعه، شريطة تحقيق غائية أخلاقية من وراء هذا التنوع.

وهي قيمة ضمن قائمة (ليوتار) لقيم ما بعد الحداثة.

- قيمة رفض السلطة:

وهي أن المستخدم يرفض أي نوع من الجبر على تصرفاته عبر هذه المواقع، ويسعى دائما لتحقيق ما يريد وفقه لرغبته الذاتية. ويكون ذلك مرتبطا بضرورة أخلاقة التعبير عن ذاتيته وما يطمح إليه.

وهي قيمة متضمنة ضمن مسح القيم العالمي لـ(رونالد أنجلهارت).

- قيمة رفض التمثيل أو الإنابة:

وهي أن المستخدم يرفض أي حديث باسمه أو أي تبني لهويته الافتراضية، على اعتبار أن له مكانا ضمن الدائرة التفاعلية التواصلية عبر هذه المواقع، شريطة أن لا يحدث هذا الرفض في القضايا التي تشكل اختلافًا بين المستخدمين خاصة تلك التي ترتبط بالأمور العقدية الدينية.

وهي قيمة متضمنة ضمن مسح القيم العالمي لـ(رونالد أنجلهارت).

- قيمة الإبداع والتميز:

وهي قدرة المستخدم على خلق سلوكيات في هذا الوسط تعبر عنه دون سواه، بغية رسم ملامح تحدد رمزيته من بين الهويات المتعددة الموجودة، بنوع من الجمال المزي شكلا ومضمونا، لكن على أن يتفق كل ذلك مع الأخلاق الجمعية التي تعبر عن الذوق السليم.

مقياس (روكيتش) ضمن القيم الغائية.

- قيمة التحكم:

وهي أن المستخدم يضع مجموعة من التقاليد التفاعلية والنشرية، بغية فرض هويته ضمن التعدد الهوياتي من جهة، وكذلك نعني بها رغبته الجارحة في التحكم في الآخر (بقية المستخدمين) من جهة أخرى، لكن لا بد وأن الغائية من التحكم، تكون عدم التعدي على الآخر وتحقيق الأذى له.

وهي أحد القيم التي توصل إليها (هوكس) في مقياسه للقيم الشخصية.

- قيمة الرقابة:

ونعني بها قدرة المستخدم على مدى ربط تفاعلاته في هذه المواقع، بالأهداف التي يريدتها ، والتي تهدف في الغالب لطل الاحاطة بكل شيء نظير عدم التكشف على الآخر والتجسس عليه.

وهي أحد القيم التي توصل إليها (هوكس) في مقياسه للقيم الشخصية.

- قيمة حب الذات:

وهي أن المستخدم يسعى لإبراز ذاته والتعريف بها، من خلال منشوراته وعرض صورته وإعطاء أهمية لكل تفاصيل حياته الواقعية ونقلها افتراضيا، لكن ذلك لا ينبغي ان يكون تجاوزا للأهداف التفاعلية أو لخدمة الجماعة.

وهي أحد القيم المتوصل إليها في مسح القيم العالمي (رونالد أنجلهات وزملاؤه).

- قيمة الملكية:

وهي أن المستخدم يسعى إلى تعزيز نزعة التملك، والحفاظ على مكتسباته في هذا الوسط (الحسابات المختلفة في هذه المواقع، الأسماء، ...).

وهي أحد القيم التي تحدث عنها (ليوتار) في قائمته لقيم ما بعد الحداثة.

- قيمة المصادقية:

وهي أن المستخدم يكون صادقا في هويته والبيانات المتعلقة بها، وكذلك في ما يعبر عنه من محتوى تفاعلي او نشري.

وقد أكد عن هذه القيمة مقياس (ع.ن.س) في البعد النفسي.

- قيمة الثقة:

وهي أن المستخدم لا ينزع الى الشك أبدا في تفاعلاته مع الآخر عبر هذه المواقع هذا من جهة، ومن جهة أخرى يتعامل مع ما ينشره بقية الأصدقاء بطريقة ائتمانية من جهة أخرى.

وهي قيمة ضمن مقياس دراسة الاختيارات (وود روف)

- قيمة السرية:

وهي أن المستخدم يميل لعدم الكشف عن معلومات هويته، والسماح باطلاع أي شخص عن محادثاته عبر هذه المواقع.

وتحدث عن هذه القيمة مقياس (روكيتش) ضمن القيم الوسييلية.

- قيمة التسارع:

وهي مقدار الزيادة في سرعة أداء المهام في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالزمن المستغرق في الواقع.

وهي قيمة مأخوذة من قيم مسح القيم العالمي (رونالد أنجلهات وزملاؤه).

- قيمة الاستغراق:

وهي ان المستخدم أصبح يستخدم هذه المواقع بطريقة نهمية من خلال الوقت الكبير المعطى لها، شريطة أن يكون هذا الاستغراق نفعيا بالنسبة له شريطة توافقه مع المعايير الأخلاقية.

وهي قيمة مأخوذة من قيم مسح القيم العالمي (رونالد أبجلهارت وزملاؤه).

- قيمة التنظيم:

وهي أن المستخدم في تخصيصه لزمان لاستخدام فهو يقوم بتقسيمه بين زمن التفاعلات وزمن النشر وزمن التصفح.

وهي قيمة من مقياس دراسة الاختيارات لـ(وود روف).

- قيمة الالتزام:

وهي أن المستخدم في استخدامه لهذه المواقع ينبغي له ان لا يهمل التزاماته المعيشية والواقعية.

وهي قيمة من مقياس دراسة الاختيارات لـ(وود روف).

- قيمة التجاوز:

وهي أن الزمن الذي يقضيه المستخدم في هذه المواقع قد تجاوز زمنه المعيش في الواقع هذا من جهة، ومن جهة أخرى نعني به الزمن المخصص لكل نشاط في هذا الفضاء يحدث فيه نوع من الاختلال العادل في الاستخدام مما يحدث تجاوزا زمنيا لنشاط تواصل على حساب آخر. ويكون الأمر إيجابيا إذا كان هذا التجاوز لحساب الأمور القيمة لا على حسابها.

وهي من قائمة "ليوتار" لقيم ما بعد الحداثة.

- قيمة الاسترجاع:

وهي أن المستخدم يعمل دائما على استذكار بعض النشاطات التي قام بها في هذا الوسط، واستذكار مراحل معينة من حياته والعمل على مشاركتها مع بقية المستخدمين، في إطار التعريف بالذات.

وهي من قائمة "ليوتار" لقيم ما بعد الحداثة.

- قيمة الولاء:

ونعني بها بأن المستخدم يعتز بمكانه وبسياقه الاجتماعي على أساس ارتباطه بالمكان.

وهي من مقياس (كال) للقيم.

- قيمة الشبكية:

وهي سعي الفرد الى بناء شبكة من المستخدمين داخل الحدود الجغرافية التي يوجد فيها وخارجها، شريطة الحفاظ على خصوصيته.

وهي من القيم التي أكد عليها مسح القيم العالمي لـ(رونالد أنجلهارت وزملاؤه).

- قيمة الانسيابية:

ونعني فيها أن الفرد يتمنهل في زيارة الامكنة الافتراضية عند استخدامه لهذه المواقع، فيجد نفسه في امتداد زائري لمختلف المواقع والحسابات، لكن ينبغي أن يكون ذلك وفق فعل تنظيمي.

وهي من قائمة "ليوتار" لقيم ما بعد الحداثة.

- قيمة المحلية:

وهي أن الفرد يسعى إلى تعزيز مكانه المحلي من خلال ربط علاقات محلية، والاهتمام بكل ما هو محلي (أخبار..).

وهي أحد القيم التي أتى بها مقياس (كال) .

- قيمة التفكك والتجزئية:

وهي ان المستخدم أصبح يهتم بكل جزئية في حسابه على أساس أنه المكان الذي يتمظهر عبره، ويسعى إلى الاهتمام بتفاصيل الأحداث وعن كل ما يتعلق بجديد على بقية المستخدمين.

وهي أحد القيم التي توصل إليها مسح القيم العالمي (رونالد أنجلهارت).

- قفمة الأءءءء:

وهف أن المسأءءم فأسى أائما إلى الاسأءافاء من الأصاءص الأنافة الأف فقوم أصأاب المواق الاأناعة بفأفنها، والمراعاة الأورفة للعلاقات عبر هأه المواق، كأنا من الأءءءء لهذا المكان (أسابه الشأصف) والأناشأف ففاه.

وهف اأء القفم فف مأفاس القفم الفارفة ل(برنس) ضمن الفرع الأناف من القفم وهف القفم العصرفة.

- قفمة الأنافة:

وهف أعافز الملأة الأناورة لأى المسأءءم لرمزفاء ففر مأسوسة، اشباعا لرغباءه وأابفاءه، شرفطة أن فوضع الأفال فف أءوءه الارتباففة مع المواق.

وهف أء القفم الأف فأصل لها مأفاس (روكفأش) ضمن القفم الوسفلفة.

خلاصة:

إن العادات الاستخداماتية التي ولدتها الممارسة الاتصالية لدى الشباب مع شبكات التواصل الاجتماعي، قد أفرزت فضاءات جديدة (الفايسبوك، التويتير...) تتنافس ضمن الدائرة الكلية على استقطاب أكبر عدد من المستخدمين، إلا أنها تشترك في الطابع النشط لدى المستخدم، هذه الفضاءات أنتجت بدورها أنماط وسلوكيات في التعامل بين المستخدم والوسيلة.

إن علاقة الإنسان بالآلة منذ الاشتغال عليها ببداية ظهور التقنية، كانت تقصر العلاقة في المردود الإنتاجي الذي يقدمه هذا الاستخدام فقط، إلا أنه مع ظهور هذه الوسائط فقد تحولت العلاقة إلى البحث عن مردود رمزي مفيد أو غير مفيد يقترب من التسلية أكثر من الجد.

هذا التحول في قطبي العلاقة سواء من حيث تغيرات الإنسان المعاصر أو من حيث الفضاء الجديد، يجعل من التوجه البحثي لفهم تفاصيل العلاقة أكثر من ضروري، وهو الاتجاه الذي ذهب إليه هذا الفصل، من خلال البحث في كل ماله علاقة بعادات وأنماط استخدام المبحوثين لهذه المواقع.

لتبقى تمثلات المبحوثين المتعلقة أساساً بالقيمة المركزية ومجالاتها والقيمة الأصلية، هي دليل بحثنا من خلال الوصول إلى مجموعة من القيم انطلاقاً من الفاعلين أنفسهم، فلقد تجنبتنا القيم الجاهزة، وإنما أشركنا المبحوث في تجهيزها على الرغم من البحث عن أسانيد نظرية لها، وهو الأمر الحاصل حينما توصلنا لهذه القيم، ليبقى التأكيد على الاكتساب وملاحظة ذلك واقعياً، وهو مجال سيهتم به الفصل الموالي.

ثانيا: القيم الثقافية المكتسبة من خلال الفعل الاستخداماتي

ا. القيم الثقافية المكتسبة.

1. عرض المقابلات والملاحظات الخاصة بواقع الاكتساب
2. تحليل نتائج القيم الثقافية المكتسبة.

اا. قراءة قيمية ثقافية ونقدية لنتائج الدراسة

1. قراءة قيمية ثقافية لنتائج الدراسة في ضوء الرؤسماال الافتراضي
2. قراءة نقدية لنتائج الدراسة

تمهيد:

إن تجسيد القيم في قوالب قابلة للملاحظة من خلال السلوك الذي ينتجه الفاعل، تعتبر تحديا علميا، بحكم صعوبة إسقاط المعطيات التأملية في شكل قابل للملاحظة، الأمر الذي يدفع في الغالب بالباحث إلى الانطلاق من التمثيل على اعتبار أنه التعبير الحقيقي على الظاهرة، أو على الأقل هو انطلاق من المبحوث لبناء الفكرة لدى الباحث، وهو الأمر الذي استنبطناه من تمثلات المبحوثين للقيمة المركزية ومجالاتها، والقيمة الأصلية.

ولكن بغية التأكيد على فعل الاكتساب سنحاول مرة أخرى بعد استنباط هذه القيم أن نعطيها في شكل جاهز تتم الإجابة عليه من خلال المبحوثين عن طريق التأكيد أو عدم التأكيد على ذلك، في شكل يقترب من بناء المقاييس، وعلى الرغم من أن الاتجاه السائد في البحوث النوعية هو تفادي هذا النوع من الإجراءات المنهجية، إلا أننا استخدمناه بإدماج الملاحظات التي كنا نعطيها عن المبحوثين وهي مجمل الانطباعات التي نراها تتجسد أو لا تتجسد في سلوك المبحوث، بالإضافة إلى أن التأكيد أو النفي على الاكتساب هو تأكيد على صدق التمثلات وصحتها وفي نفس الوقت التأكيد على صحة الاستنباط الذي قمنا به لاستنتاج هذه القيم.

هذا ما سنتعرض إليه في النقطة الأولى من هذا الفصل، كما أنه ينبغي الإشارة، إلى أن التعاطي مع النتائج المتوصل إليها لا بد وأن يُختبر في ميزان النقد من خلال مراجعة ما تم التوصل إليه في ضوء محددات الرأسمال الافتراضي المتعلقة بمدى الارتباط بالتوجيهات الثقافية والقيمة الأصلية، وكذلك في ضوء الإطار النظري المحدد للدراسة مع التأكيد على التفاعل كمجال للمراجعة والتمحيص.

I. القيم الثقافية المكتسبة:

1. عرض المقابلات والملاحظات الخاصة بواقع الاكتساب:

المبحوث الأول:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل			
		لا	أحيانا	نعم	
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف			X	
	الحوار		X		
	التفاعل			X	
	التفاهم			X	
	الجدال			X	
	التشارك		X		
	الاختلاف		X		
	التسامح			X	
	النفعية	X			
	الاستهلاك		X		
مجال الهوية	المعاملة		X		
	الارتباط بالدين		X		
	الحفاظ على اللغة	X			
	الحفاظ على العادات والتقاليد			X	
	إحياء التراث	X			
	التنافسية	X			
	التعددية	X			
	مجال الذات	رفض السلطة			X
		رفض التمثيل أو الانابة			X
		الابداع والتميز			X
التحكم		X			
الرقابة		X			
مجال الحرية	حب الذات	X			
	الملكية			X	
	المصادقية			X	
	الثقة	X			
	السرية			X	
مجال الخصوصية	التسارع	X			
	الاستغراق			X	
	التنظيم	X			
	الالتزام	X			
	التجاوز			X	
	الاسترجاع		X		
	الولاء	X			
	الشيكية			X	
	الانسيابية	X			
	المحلية			X	
المجال الزماني والمكاني	التفكك والتجزئية	X			
	التحديث			X	
	التخليعية			X	
	كيفية الاكتساب القيمي من وجهة نظر الباحث				
	يكتسب المبحوث هذه القيمة في الواقع من خلال حضوره التفاعلي في السياق الاجتماعي.				
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا عن طريق النقاش مع الآخرين في مواضيع معينة					
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال إهتمامه بالآخرين والتفاعل مع مختلف القضايا					
يكتسبها واقعا من خلال تقبله لأفكار الآخرين					
يكتسبها المبحوث من تقبله كل من مخالفه الرأي في موضوع معين					
يكتسب هذه القيمة من خلال قيامه بالحملات التطوعية كالنظافة والتبرع بالدم					
يكتسبها المبحوث واقعا من خلال يؤمن بفكرة الاختلاف في الأفكار في الكثير من المواقف الاجتماعية					
يكتسبها من خلال التفاوض على الخلافات التي تحدث بينه وبين أصدقائه في الواقع المعيش					
يكتسبها المبحوث من خلال قيامه بمبادرات يستفيد منها المجتمع	X				
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال قيامه باقتناء كل ماهو جديد في عالم الالكترونيات					
يكتسبها المبحوث واقعا من خلال قيامه بمدح كل شخص مقرب منه دون استثناء					
اكتسب ا هذه القيمة واقعا من خلال أداء الصلوات في وقتها وحضور الحلقات الدينية داخل المساجد					
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال توظيفه اللغة الدارجة في حواراته مع الآخرين	X				
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال إهتمامه بكل ما يعبر عن ثقافته الاجتماعية وعاداته وتقاليده					
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال اهتمامه بالنشاطات التي تحتم بالموروث الثقافي	X				
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال المسابقات الرياضية التي يشارك فيها	X				
لم يكتسب هذه القيمة وذلك لثبوته على شخصيته الطبيعية	X				
إكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال رفضه رضا قاطعا كل من يتسلط عليه					
يكتسب المبحوث هذه القيمة في الواقع من خلال قيامه لدوره بنفسه					
إكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال محاولته المستمرة في خلق ابتكارات جديدة					
اكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال تحكمه الجيد في كل ما يتعلق بالتكنولوجيا	X				
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة لأنه لا يولي أهمية لها	X				
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة لأنه شخص متواضع ولا يتباهى	X				
إكتسب المبحوث هذه القيمة في الواقع من خلال إيمانه بأن بعض الأشياء التي يجوزته هي ملكه وحده					
إكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال المعاملة الحسنة والصادقة بين الناس					
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال الوعود التي يعطيها للأفراد	X				
اكتسب هذه القيمة في الواقع من خلال الإلتزام على أسرار وعلى أسرار الآخرين					
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة لأنه يقوم بواجباته بطريقة متأنية نوعا ما	X				
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال استهلاكه للوقت في قضاء حاجياته					
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا وذلك راجع عدم تنظيمه لواجباته	X				
يكتسب المبحوث هذه القيمة في الواقع من خلال إلتزامه بأداء الواجب الاجتماعي كزيارة العاسلة والمرضى	X				
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال عدم أداء الأعمال في وقتها					
يكتسبها المبحوث واقعا من خلال محاولته دائما إسترداد كل شئ يتعلق به					
يكتسب المبحوث هذه القيمة في الواقع من خلال ارتباطه الدائم بكل ما له علاقة بالوسط الذي يعيش فيه	X				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال توسيع دائرة التواصل خارج النطاق الجغرافي					
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال تعدد الأنشطة التي يقوم بها	X				
يكتسبها المبحوث واقعا من خلال الإهتمام بكل ما له علاقة بالوسط الذي يعيش فيه					
لم يكتسب المبحوث هذه القيمة وذلك راجع لعدم اهتمامه بالتفاصيل الدقيقة التي ليست لا أهمية	X				
اكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال قيامه بمواكبة العصرية					
إكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال استخدامه المفرط للألعاب الفيديو					

المبحوث الثاني:

القيمة المركزية ومجالاتها	البدائل			القيمة
	لا	أحيانا	نعم	
القيمة المركزية (التواصل)			X	التعارف
		X		الحوار
		X		التفاعل
			X	التفاهم
	X			الجدال
		X		التشارك
			X	الاختلاف
			X	التسامح
			X	النفعية
			X	الاستهلاك
مجال الذات		X		المعاملة
	X			الارتباط بالدين
		X		الحفاظ على اللغة
		X		الحفاظ على العادات والتقاليد
	X			إحياء التراث
	X			التنافسية
	X			التعددية
			X	رفض السلطة
			X	رفض التمثيل أو الانابة
			X	الابداع والتميز
مجال الحرية		X		التحكم
		X		الرقابة
		X		حب الذات
		X		الملكية
	X			المصادقية
مجال الخصوصية	X			الثقة
	X			السرية
	X			التسارع
		X		الاستغراق
	X			التنظيم
المجال الزمني والمكاني	X			الالتزام
		X		التجاوز
		X		الاسترجاع
		X		الولاء
		X		الشبكية
		X		الانسيابية
			X	المحلية
			X	التفكك والتجزئية
			X	التحديث
			X	التخيلية

المبحوث الثالث:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل		
		نعم	أحيانا	لا
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف		X	
	الحوار	X		
	التفاعل	X		
	التفاهم		X	
	الجدال	X		
	التشارك			
	الاختلاف	X		
	التسامح	X		
	النفعية	X		
	الاستهلاك	X		
	المعاملة		X	
مجال الهوية	الارتباط بالدين	X		
	الحفاظ على اللغة	X		
	الحفاظ على العادات والتقاليد	X		
	إحياء التراث	X		
	التنافسية		X	
	التعددية	X		
	رفض السلطة	X		
	رفض التمثيل أو الانابة	X		
	الابداع والتميز	X		
	التحكم	X		
	الرقابة		X	
مجال الذات	حب الذات	X		
	الملكية	X		
	المصادقية		X	
	الثقة	X		
	السرية	X		
	التسارع	X		
	الاستغراق	X		
	التنظيم	X		
	الالتزام	X		
	التجاوز	X		
	الاسترجاع	X		
المجال الزمني والمكاني	الولاء	X		
	الشبكية	X		
	الانسيابية	X		
	المحلية	X		
	التفكك والتجزئية	X		
	التحديث	X		
	التخيلية	X		
	التسامح			
	التفاهم			
	التشارك			
	الاختلاف			
التسامح				
النفعية				
الاستهلاك				
المعاملة				
الارتباط بالدين				
الحفاظ على اللغة				
الحفاظ على العادات والتقاليد				
إحياء التراث				
التنافسية				
التعددية				
رفض السلطة				
رفض التمثيل أو الانابة				
الابداع والتميز				
التحكم				
الرقابة				
حب الذات				
الملكية				
المصادقية				
الثقة				
السرية				
التسارع				
الاستغراق				
التنظيم				
الالتزام				
التجاوز				
الاسترجاع				
الولاء				
الشبكية				
الانسيابية				
المحلية				
التفكك والتجزئية				
التحديث				
التخيلية				

المبحوث الرابع:

القيمة المركزية ومجالاتها	البدائل			القيمة
	لا	أحيانا	نعم	
القيمة المركزية (التواصل)	لم يكتسب المبحوث هاته القيمة واقعا من خلال رغبته الدائمة في تكوين صداقات جديدة		X	التعارف
	يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا عن طريق النقاش في مواضيع مختلفة	X		الحوار
	اكتسبها المبحوث من خلال الاهتمام بكل تفاصيل الأفراد المقربين منه		X	التفاعل
	يكتسب هذه القيمة في الواقع من خلال تعامله الحسن مع أصدقائه		X	التفاهم
	لا يكتسبها المبحوث واقعا وذلك راجع لعدم تقبله فكرة من يخالفه الرأي	X		الجدال
	يكتسبها المبحوث واقعا من خلال التزامه بمعايير الجماعة ومشاركته إياها.	X		التشارك
	لا يكتسبها المبحوث في الواقع وذلك لعدم تقبله من يختلف معه في مواضيع معينة	X		الاختلاف
	يكتسبها المبحوث في الواقع من خلال التنازل عن بعض الشروط الاجتماعية ضمن جماعة الاصدقاء		X	التسامح
	يكتسبها المبحوث على أرض الواقع من خلال رغبته في الاستفادة من كل شيء يرغب فيه		X	النفعية
	يكتسبها المبحوث من خلال اقتناؤه كل ما يتعلق بالهواتف النقالة	X		الاستهلاك
	لا يكتسبها المبحوث وذلك راجع لكونه شخص لا يحب المدح	X		المعاملة
	إكتسبها المبحوث واقعا من خلال التزامه بالشعائر الدينية	X		الارتباط بالدين
مجال الهوية	لم يكتسبها في الواقع لأنه يستخدم الدارحة في تواصله مع الآخرين	X		الحفاظ على اللغة
	لم يكتسبها في الواقع وذلك لإهماله مثل هذه الأمور	X		الحفاظ على العادات والتقاليد
	لم يكتسبها في الواقع وذلك لانعدام مستواه الثقافي	X		إحياء التراث
	إكتسبها واقعا من خلال التنافس مع أصدقائه في المجال الفني	X		التنافسية
	اكتسبها المبحوث على أرض الواقع من خلال تقمصه لعدة شخصيات واتصافه بطابعه المزاجي		X	التعددية
	يكتسبها المبحوث واقعا من خلال رفضه من يتحجر عليه		X	رفض السلطة
	لا يكتسبها المبحوث واقعا وذلك راجع لضعف شخصيته		X	رفض التمثيل أو الانابة
	يكتسبها المبحوث من خلال محاولته الدائمة وطرح أفكار جديدة في المجال الفني		X	الابداع والتميز
	من خلا تحكمه في النسبي في الآلات الموسيقية		X	التحكم
	كتسب المبحوث هاته القيمة وذلك من خلال إختياره لأصدقائه بشكل انتقائي		X	الرقابة
	يكتسبها المبحوث من خلال حبه للتمظهر أمام الناس		X	حب الذات
	يكتسبها واقعا من خلال رغبته في تملك كل شيء		X	الملكية
مجال الذات	لا يكتسبها واقعا وذلك من خلال أقواله وأفعاله غير الصادقة	X		المصادقية
	لا يكتسبها واقعا وذلك لعدم إيمان الناس على شخصه	X		الثقة
	يكتسبها المبحوث وذلك لعدم كتمه للأسرار		X	السرية
	يكتسبها واقعا من خلال قيامه بمهامه اليومية بشكل سريع		X	التسارع
	لا يكتسبها المبحوث على أرض الواقع وذلك راجع لتعامله مع الأمور بطريقة سريعة		X	الاستغراق
	لا يكتسبها المبحوث واقعا وذلك لكونه شخص عشوائي	X		التنظيم
	يكتسبها المبحوث من خلال قيامه بالواجبات اتجاه الناس	X		الالتزام
	لا يكتسبها المبحوث وذلك لعدم التزامه بالوعد		X	التجاوز
	يكتسبها المبحوث من خلال محاولته المستمرة في استرداد الماضي		X	الاسترجاع
	لا يكتسب المبحوث هذه القيمة وذلك لعدم اهتمامه بالماضي		X	الولاء
	لا يكتسبها المبحوث من خلال ربط علاقات مع من خارج رقعته الجغرافية	X		الشبكية
	يكتسبها المبحوث من خلال قيامه بعدة أعمال بطريقة غير منتظمة		X	الانسيابية
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة لأنه لا يهتم بكل ما هو محلي		X	المحلية	
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال اهتمامه بالتفاصيل الدقيقة حول شخصه		X	التفكك والتجزئية	
يكتسبها المبحوث من خلال محاولته المستمرة في تحديث قائمة الأصدقاء	X		التحديث	
يكتسبها من خلال من خلال زيارته المستمرة للمواقع الافتراضية	X		التخيلية	
مجال الخصوصية				
	المجال الزمني والمكاني			

المبحوث الخامس:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل			
		نعم	أحيانا	لا	
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X			
	الحوار		X		
	التفاعل	X			
	التفاهم		X		
	الجدال		X		
	التشارك		X		
	الاختلاف		X		
	التسامح	X			
	النفعية		X		
	الاستهلاك	X			
	المعاملة		X		
	مجال الهوية	الارتباط بالدين	X		
الحفاظ على اللغة		X			
الحفاظ على العادات والتقاليد			X		
إحياء التراث		X			
التنافسية			X		
التعددية			X		
مجال الحرية		رفض السلطة	X		
		رفض التمثيل أو الانابة	X		
	الابداع والتميز	X			
	التحكم	X			
	الرقابة		X		
	حب الذات		X		
مجال الخصوصية	الملكية		X		
	المصادقية	X			
	الثقة	X			
	السرية	X			
	التسارع		X		
المجال الزمني والمكاني	الاستغراق	X			
	التنظيم	X			
	الالتزام		X		
	التجاوز	X			
	الاسترجاع		X		
	الولاء	X			
	الشبكية	X			
	الانسيابية		X		
	المحلية	X			
	التفكك والتجزئية	X			
	التحديث	X			
	التخيلية		X		
	إكتسب المبحوث هذه القيمة على أرض الواقع وذلك من خلال عدم التعامل مع الواجبات بشكل متوازن من حيث الوقت				
	لم يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعيًا وذلك راجع لعدم اعطاء الواجبات حقها في الوقت				
لم يكتسب المبحوث هذه القيمة على أرض الواقع وذلك من خلال العشوائية في تسير الأمور					
أكتسب المبحوث هذه القيمة واقعيًا من خلال إلتزامه بزيارة الأقارب في المناسبات					
أكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال التجاوز عن الاختلافات في الآراء مع الأصدقاء					
أكتسب المبحوث هاته القيمة حينما من خلال استرداده كل شئ يخصه					
أكتسب المبحوث هذه القيمة القبلي والعشائري في شبكات التواصل الاجتماعي					
أكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال توسيع علاقاته خارج الحيز المكاني الذي يعيش فيه					
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة لأنه لا يلتزم بنشاط معين					
أكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال اهتمامه المستمر الانشغالات و القضايا المحلية					
أكتسب المبحوث هذه القيمة لاهتمامه بأدق التفاصيل التي تخصه وتخص المحيطين به					
لم يكتسب المبحوث هذه القيمة لأنه غير مهتم بكل التطورات الحاصلة في الواقع					
لم يكتسب المبحوث هذه القيمة وذلك راجع لاتصافه بالواقعية					

المبحوث السادس:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل		
		لا	أحيانا	نعم
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف			X
	الحوار		X	
	التفاعل		X	
	التفاهم		X	
	الجدال	X		
	التشارك			X
	الاختلاف	X		
	التسامح			X
	الشفعية	X		
	الاستهلاك		X	
	المعاملة		X	
	الارتباط بالدين			X
مجال الهوية	الحفاظ على اللغة	X		
	الحفاظ على العادات والتقاليد			X
	إحياء التراث		X	
	التنافسية			X
	التعددية	X		
	رفض السلطة	X		
مجال الحرية	رفض التمثيل أو الأناقة			X
	الابداع والتميز			X
	التحكيم			X
	الرقابة		X	
مجال الذات	حب الذات			X
	الملكية			X
	المصادقية			X
	الثقة			X
	السرية			X
	التسارع	X		
المجال الزمني والمكاني	التسارع	X		
	الاستغراق			X
	التنظيم	X		
	الالتزام		X	
	التجاوز			X
	الاسترجاع	X		
	الولاء		X	
	الشبكية			X
	الانسيابية			X
	المحلية			X
	التفكك والتجزئية	X		
	التحديث			X
	التخييلية			X

المبحوث السابع:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل		
		نعم	أحيانا	لا
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X		
	الحوار		X	
	التفاعل		X	
	التفاهم		X	
	الجدال	X		
	التشارك	X		
	الاختلاف		X	
	التسامح	X		
	النفعية		X	
	الاستهلاك		X	
	المعاملة		X	
	الارتباط بالدين		X	
	مجال الهوية	الحفاظ على اللغة		X
الحفاظ على العادات والتقاليد			X	
إحياء التراث			X	
التنافسية		X		
التعددية		X		
مجال الحرية	رفض السلطة	X		
	رفض التمثيل أو الانابة	X		
	الابداع والتميز	X		
	التحكم	X		
	الرقابة	X		
مجال الذات	حب الذات	X		
	الملكية	X		
	المصداقية	X		
	الثقة	X		
	السرية	X		
المجال الزمني والمكاني	التسارع	X		
	الاستغراق	X		
	التنظيم	X		
	الالتزام	X		
	التجاوز	X		
	الاسترجاع	X		
	الولاء	X		
	الشبكية	X		
	الانسيابية	X		
	المحلية	X		
	التفكك والتجزئية	X		
	التحديث	X		
	التخيلية	X		
	كيفية الاكتساب القيمي من وجهة نظر الباحث			
	اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعا من خلال اجتماعيته واقباله على الأشخاص الذين لا يعرفونه			
	اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعا من خلال معرفة اشخاص جدد وتفصيل حياتهم الواقعية			
	اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعا من خلال اقباله على الناس وشغف التفاعل مع قضاياهم الشخصية			
اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعا من خلال انسيابية تقبل الأفكار الاخرين في محيطه الاجتماعي				
اكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا لتقبله أفكار الاخرين وعدم دخوله في جدالات عميقة				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تشاركه خبراته الفنية و الاجتماعية				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا لروتينية الأفكار التي يناقشها وبالتالي لا يجب الاختلاف في الأفكار				
يكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تجاوزه للخلافات مع أصدقائه المقربين				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا للصفة الاثار التي يتميز بها وتقديمه لخدمات للناس دون مقابل				
اكتسب المبحوث هاته القيمة وذلك لحبه لشراء الملابس و البضائع التجارية				
اكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا لحبه لمعاملة معارفه وغير معارفه				
اكتسب المبحوث هاته وذلك لمحافظة على العبادات اليومية				
لم يكتسب المبحوث القيمة نظرا لتكلمه الدارجة				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال حبه لباس التقليدي ولبسه له				
اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعا وذلك لمشاركته في الفعاليات الثقافية لحياء التراث				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تنافسه مع أصدقائه في العزف الموسيقي				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا لثبوته على شخصية ثابتة				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا للانسياب ل نظام الاجتماعي القائم				
اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعا لرفضه املاءات الاخرين				
اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعا وذلك راجع للانخراطه في فرقة موسيقية وتميز فيها				
اكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال تحكمه في جماعة الأصدقاء				
اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعا من خلال رقابته الذاتية على نفسه				
اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعا من خلال حبه لنفسه من خلال تكلمه بالانا				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من حبه لامتلاك شيء لا يمتلكه الناس				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال صراحته المعتادة مع أصدقائه				
اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعا من خلال ثقة اقرانه به وثقته بهم				
اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعا من خلال سرية العلاقات العاطفية التي يقيمها				

المبحوث الثامن:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل		
		نعم	أحيانا	لا
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X		
	الحوار	X		
	التفاعل	X		
	التفاهم	X		
	الجدال			X
	التشارك	X		
	الاختلاف		X	
	التسامح	X		
	النفعية		X	
	الاستهلاك		X	
مجال الهوية	المعاملة		X	
	الارتباط بالدين		X	
	الحفاظ على اللغة		X	
	الحفاظ على العادات والتقاليد		X	
	إحياء التراث		X	
	التنافسية	X		
	التعددية	X		
	رفض السلطة		X	
	رفض التمثيل أو الانابة	X		
	الابداع والتميز	X		
مجال الحرية	التحكم	X		
	الرقابة		X	
	حب الذات	X		
	الملكية	X		
	المصادقية	X		
	الثقة		X	
	السرية	X		
	التسارع		X	
	الاستغراق	X		
	التنظيم	X		
مجال الذات	الالتزام		X	
	التجاوز		X	
	الاسترجاع	X		
	الولاء	X		
	الشبكية	X		
	الانسيابية	X		
	المحلية	X		
	التفكك والتجزئية	X		
	التحديث	X		
	التخيلية	X		
المجال الزمني والمكاني	التسارع		X	
	الاستغراق	X		
	التنظيم	X		
	الالتزام	X		
	التجاوز		X	
	الاسترجاع	X		
	الولاء	X		
	الشبكية	X		
	الانسيابية	X		
	المحلية	X		
التفكك والتجزئية	X			
التحديث	X			
التخيلية	X			

المبحوث التاسع:

القيمة المركزية ومجالاتها	البدائل			القيمة
	لا	أحيانا	نعم	
القيمة المركزية (التواصل)			X	التعارف
			X	الحوار
		X		التفاعل
		X		التفاهم
			X	الجدال
			X	التشارك
	X			الاختلاف
			X	التسامح
	X			النفعية
	X			الاستهلاك
		X		المعاملة
	مجال الهوية			X
			X	الحفاظ على اللغة
			X	الحفاظ على العادات والتقاليد
X				إحياء التراث
			X	التنافسية
مجال الذات			X	التعددية
			X	رفض السلطة
			X	رفض التمثيل أو الانابة
			X	الابداع والتميز
مجال الحرية		X		التحكم
		X		الرقابة
مجال الخصوصية			X	حب الذات
			X	الملكية
		X		المصادقية
	X			الثقة
المجال الزمني والمكاني			X	السرية
			X	التسارع
			X	الاستغراق
		X		التنظيم
		X		الالتزام
			X	التجاوز
		X		الاسترجاع
		X		الولاء
		X		الشبكية
		X		الانسيابية
			X	المحلية
			X	التفكك والتجزئية
		X		التحديث
			X	التخييلية

المبحوث العاشر:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل		
		نعم	أحيانا	لا
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X		
	الحوار		X	
	التفاعل		X	
	التفاهم		X	
	الجدال		X	
	التشارك		X	
	الاختلاف		X	
	التسامح		X	
	النفعية		X	
	الاستهلاك		X	
مجال الهوية	المعاملة		X	
	الارتباط بالدين		X	
	الحفاظ على اللغة		X	
	الحفاظ على العادات والتقاليد		X	
	إحياء التراث		X	
مجال الذات	التنافسية		X	
	التعددية		X	
	رفض السلطة		X	
	رفض التمثيل أو الانابة		X	
	الابداع والتميز		X	
مجال الحرية	التحكم		X	
	الرقابة		X	
	حب الذات		X	
	الملكية		X	
	المصادقية		X	
مجال الخصوصية	الثقة		X	
	السرية		X	
	التسارع		X	
	الاستغراق		X	
	التنظيم		X	
المجال الزمني والمكاني	الالتزام		X	
	التجاوز		X	
	الاسترجاع		X	
	الولاء		X	
	الشبكية		X	
	الانسيابية		X	
	المحلية		X	
	التفكك والتجزئية		X	
	التحديث		X	
	التخيلية		X	
	التسامح		X	
	التفاهم		X	
	التشارك		X	
	الاختلاف		X	
	التسامح		X	

المبحوث الحادي عشر:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدايل		
		لا	أحيانا	نعم
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف			X
	الحوار			X
	التفاعل		X	
	التفاهم			X
	الجدال		X	
	التشارك			X
	الاختلاف		X	
	التسامح			X
	النفعية			X
	الاستهلاك		X	
	المعاملة		X	
مجال الهوية	الارتباط بالدين			X
	الحفاظ على اللغة			X
	الحفاظ على العادات والتقاليد			X
	إحياء التراث			X
	التنافسية		X	
مجال الحرية	التعددية		X	
	رفض السلطة		X	
	رفض التمثيل أو الأناقة			X
	الابداع والتميز			X
	التحكم			X
مجال الذات	الرقابة		X	
	حب الذات	X		
	الملكية			X
	المصادقية			X
	الثقة			X
المجال الزمني والمكاني	السرية		X	
	التسارع		X	
	الاستغراق			X
	التنظيم			X
	الالتزام			X
	التجاوز			X
	الاسترجاع		X	
	الولاء			X
	الشبكية			X
	الانسيابية		X	
	المحلية			X
	التفكك والتجزئية			X
	التحديث		X	
	التخيلية		X	
	كيفية الاكتساب القيمي من وجهة نظر الباحث			
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال توسيع شبكة علاقاته الاجتماعية ثقافيا و اجتماعيا				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تقبله لأي فرد يدخل ضمن دائرة الأصدقاء				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال تفاعله الحيثي مع الاحداث المحلية و الدولية				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال انسيابية التواصل مع الاخر				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال اختلافه في رأي حول قضايا من الثوابت				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من تشارك المعارف والخبرات التقنية مع اقرانه				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال اختلافه في الرأي مع الاكاديمين والفاعلين الاجتماعيين				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تجاوزه لبعض المضايقات من طرف بعض الاشخاص				
اكتسب المبحوث هاته القيمة كونه فاعل تشاركي ولم يفرط في الأهداف النفعية كمنط عيش				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال استهلاكه لبعض المعلومات التقنية و تمحيصه لآخري				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال مجاملته بعض الاصدقاء المقربين بصورة حينية				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تفاعله المكثف مع المسائل الدينية وتأثيرها على حياته عموما				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تجسيده للغة التقنية والاكاديمية و الفصحى كلغة تواصل في الواقع الاجتماعي				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تسويقه الاجتماعي لموروث الثقافي المحلي لقرينه				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تسويقه الواقعي للمعالم الاثرية في مكان عيشه				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال تنافسه مع اقرانه حول قضايا اجتماعية وتقنية معينة				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال تعدد مصادر التعارف خارج الحدود المكانية				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال ارائه التي تدعو إلى التحرر الذاتي من القيود الاجتماعي والثقافية				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال رفضه إنابة أي شخص أو فرضه للفكرة دون رضا				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال ابداعه في مجاله الاكاديمي و التقني				
اكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا لتحمه في تقنيات الإعلامالي				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال تفعيل رقايته الذاتية وتطوير نفسه اجتماعيا و اكارديا				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا للاجتماعية والتبادلية التي يجسدها في مجتمعه المحلي	X			
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال ملكية مشاريع بحثه				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال مصادقية الطرح العلمي الذي يقدمه				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من ثقة الناس به ولأخلاقه العالية				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال تحفظه على بعض الأسرار العائلية				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال توازن في مهامه الاكاديمية و الاجتماعية				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال استغراق مشروعه البحثي على حساب حياته الشخصية				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تنظيم اشغاله اليومية				
اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعيًا من خلال الالتزام بمساعدة الفاعلين أكاديميا				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال التجاوز عن الاختلافات في الآراء ومضايقات بعض الفاعلين				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال استرجاعه لبعض الذكريات التي عاشها سابقا				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تسويقه للولاء القبلي والعشائري				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية خارج الحيز المكاني الذي يعيش فيه				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال انسيابية التعامل مع الفاعلين الاكاديميين بحكم كونهم نخبة				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تفاعله مع بعض الانشغالات و القضايا المحلية				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تفكيكه للجزئيات في تحليله لبعض القضايا الاجتماعية و الثقافية				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال تحديثه الحيثي لبعض المكتسبات الاكاديمية				
اكتسب المبحوث هاته القيمة في الواقع حينيا من خلال استعماله لخياله العلمي في مشاريعه البحثية				

المبحوث الثاني عشر:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل			
		نعم	أحيانا	لا	
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X			
	الحوار	X			
	التفاعل		X		
	التفاهم		X		
	الجدال	X			
	التشارك	X			
	الاختلاف	X			
	التسامح		X		
	النفعية	X			
	الاستهلاك	X			
	المعاملة	X			
مجال الهوية	الارتباط بالدين		X		
	الحفاظ على اللغة	X			
	الحفاظ على العادات والتقاليد		X		
	إحياء التراث	X			
	التنافسية	X			
مجال الحرية	التعددية	X			
	رفض السلطة	X			
	رفض التمثيل أو الانابة	X			
	الابداع والتميز	X			
	التحكم	X			
مجال الذات	الرقابة	X			
	حب الذات	X			
	الملكية	X			
	المصادقية	X			
	الثقة	X			
مجال الخصوصية	السرية	X			
	التسارع	X			
	الاستغراق	X			
	التنظيم	X			
	الالتزام	X			
	التجاوز	X			
	الاسترجاع	X			
	الولاء	X			
	الشبكية	X			
	الانسيابية	X			
	المحلية	X			
	التفكك والتجزئية	X			
	التحديث	X			
	التخيلية	X			
	المجال الزمني والمكاني	التسارع	X		
الاستغراق		X			
التنظيم		X			
الالتزام		X			
التجاوز		X			
الاسترجاع		X			
الولاء		X			
الشبكية		X			
الانسيابية		X			
المحلية		X			
التفكك والتجزئية		X			
التحديث		X			
التخيلية		X			
مجال الخصوصية				X	

المبحوث الثالث عشر:

القيمة المركزية ومجالاتها	البدائل			القيمة	القيمة المركزية (التواصل)	
	لا	أحيانا	نعم			
القيمة المركزية (التواصل)			X	التعارف	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال توسيع شبكة التعارف خارج النطاق الجغرافي	
			X	الحوار	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال حواره الاكاديمي والاجتماعي كفضاء الحوار	
		X		التفاعل	اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال تفاعله مع محيطه الاكاديمي والاجتماعي تفاعلا انسانيا	
		X		التفاهم	اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال التفاهم مع وسطه الاكاديمي والاجتماعي	
	X			الجدال	لم يكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا لقيمة احترام الرأي والرأي الآخر	
			X	التشارك	اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعيًا من خلال مشاركته لباحثه ودراساته في المجال الاكاديمي	
			X	الاختلاف	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال ايمانه باختلاف الرأي	
			X	التسامح	اكتسب المبحوث هاته القيمة أكاديميا من تجاوزه لبعض الخلافات الاكاديمية في الوسط الجامعي	
		X		النفعية	لم يكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا لهدفية مشواره ومشروعه الاكاديمي	
		X		الاستهلاك	لم يكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا لتنقيحه المعلومات الاكاديمية التي يتلقاها	
مجال الهوية		X		المعاملة	اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال مجاملته لمقريه	
		X		الارتباط بالدين	اكتسب المبحوث هاته القيمة أكاديميا من خلال ارتباطه بالتوابت الدينية	
			X	الحفاظ على اللغة	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال اكتسابه للغة الاكاديمية وتوظيفها في بحثه	
		X		الحفاظ على العادات والتقاليد	اكتسب المبحوث هاته لقيمة حينيا من خلال تسويقه الاكاديمي لقيم العادات و التقاليد الجزائرية	
		X		إحياء التراث	لم يكتسب المبحوث هاته القيمة وذلك راجع لاستغراقه الأكاديمي	
			X	التنافسية	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال البنية الجامعية التي منحتة هذا الامتياز	
			X	التعددية	اكتسب المبحوث هاته القيمة في الواقع من خلال تعددية المعارف التي يلقتها لطلابها	
			X	رفض السلطة	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال رفضه لأي سلطة سياسية تمثله أو رمزية	
	مجال الحرية			X	رفض التمثيل أو الانابة	اكتسب المبحوث هاته القيمة في الواقع من خلال رفضه اي انابة أكاديمية في الوسط الجامعي
				X	الابداع والتميز	اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعيًا من خلال البحث النوعي الذي يمارسه
			X	التحكم	اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعيًا من خلال تحكمه الدقيق لمنهجية البحث العلمي	
		X		الرقابة	اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال تسليطه رقابة دائية على سلوكه الاكاديمي	
مجال الذات			X	حب الذات	اكتسب المبحوث هاته القيمة في الواقع من خلال حبه لذاته مصدرها واقعه الاكاديمي	
			X	الملكية	اكتسب المبحوث هاته القيمة وذلك من خلال اهتمامه بالملكية الفكرية لأبحاثه الاكاديمية	
			X	المصادقية	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال المصادقية الاكاديمية التي اكتسبها من ممارسة نشاطه الاكاديمي	
			X	الثقة	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال ثقته بقدراته ومؤهلاته الاكاديمية	
المجال الزمني والمكاني			X	السرية	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال سرية معلوماته الاكاديمية وتجري ذلك	
		X		التسارع	اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال التسارع الطبيعي لحياته الاكاديمية و الشخصية	
			X	الاستغراق	اكتسب المبحوث هاته القيمة واقعيًا من خلال استغرافه في البحث العلمي	
			X	التنظيم	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تنظيم وقته بين الالتزامات الاكاديمية والاجتماعية	
		X		الالتزام	اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال التزامه بالوعود والاشرافات في مجال بحثه	
			X	التجاوز	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تجاوزه لبعض السلوكيات الغير اخلاقية التي يراها في الجامعة	
		X		الاسترجاع	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال استرجاعه لبعض الذكريات الاكاديمية	
		X		الولاء	اكتسب المبحوث هاته القيمة ولانه لبعض التوجهات السياسية والاجتماعية	
			X	الشبكية	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال توسيع شبكة العلاقات في الجامعات	
			X	الانسيابية	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال انسيابية التعامل الاجتماعي في الفضاء الجامعي	
			X	المحلية	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال محلية الطرح الاكاديمي الذي يقدمه	
			X	التفكك والتجزئية	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تحليله الجزئي للمعطيات الواقعية وترجمتها معرفيا	
			X	التحديث	اكتسب المبحوث هاته القيمة في الواقع من خلال تحديثه لمكتسباته الاكاديمية	
			X	التخيلية	اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال استعماله للخيال العلمي ف بحثه الاكاديمية	

المبحوث الرابع عشر:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل			
		نعم	أحيانا	لا	
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X			
	الحوار	X			
	التفاعل		X		
	التفاهم		X		
	الجدال			X	
	التشارك	X			
	الاختلاف	X			
	التسامح	X			
	النفعية			X	
	الاستهلاك		X		
مجال الهوية	المعاملة		X		
	الارتباط بالدين		X		
	الحفاظ على اللغة		X		
	الحفاظ على العادات والتقاليد		X		
	إحياء التراث			X	
	التنافسية	X			
	التعددية	X			
	رفض السلطة	X			
	مجال الحرية	رفض التمثيل أو الانابة			X
		الابداع والتميز			X
التحكم				X	
الرقابة				X	
مجال الخصوصية	حب الذات	X			
	الملكية	X			
	المصادقية	X			
	الثقة			X	
مجال الذات	السرية			X	
	التسارع	X			
	الاستغراق	X			
	التنظيم	X			
	الالتزام	X			
	التجاوز	X			
	الاسترجاع			X	
	الولاء	X			
	الشبكية	X			
	الانسيابية	X			
	المحلية	X			
	التفكك والتجزئية	X			
	التحديث	X			
	التخييلية			X	
	مجال التخصصية	التسارع	X		
		الاستغراق	X		
التنظيم		X			
الالتزام		X			
التجاوز		X			
الاسترجاع				X	
الولاء		X			
الشبكية		X			
الانسيابية		X			
المحلية		X			
التفكك والتجزئية		X			
التحديث		X			
التخييلية				X	
مجال التخصصية		التسارع	X		
		الاستغراق	X		
		التنظيم	X		
	الالتزام	X			
	التجاوز	X			
	الاسترجاع			X	
	الولاء	X			
	الشبكية	X			
	الانسيابية	X			
	المحلية	X			
	التفكك والتجزئية	X			
	التحديث	X			
	التخييلية			X	

المبحوث الخامس عشر:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل			
		لا	أحيانا	نعم	
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف			X	
	الحوار			X	
	التفاعل			X	
	التفاهم		X		
	الجدال		X		
	التشارك			X	
	الاختلاف		X		
	التسامح		X		
	النفعية			X	
	الاستهلاك			X	
	المعاملة		X		
	الارتباط بالدين			X	
مجال الهوية	الحفاظ على اللغة	X			
	الحفاظ على العادات والتقاليد		X		
	إحياء التراث	X			
	التنافسية			X	
	التعددية			X	
مجال الذات	رفض السلطة			X	
	رفض التمثيل أو الأناة			X	
	الابداع والتميز			X	
	التحكم			X	
	الرقابة		X		
مجال الخصوصية	حب الذات			X	
	الملكية			X	
	المصادقية			X	
	الثقة			X	
	السرية			X	
المجال الزمني والمكاني	التسارع			X	
	الاستغراق			X	
	التنظيم			X	
	الالتزام			X	
	التجاوز		X		
	الاسترجاع		X		
	الولاء			X	
	الشبكة			X	
	الانسيابية			X	
	المحلية	X			
	التفكك والتجزئية	X			
	التحديث			X	
	التخليّة			X	
	القيمة المركزية (التواصل)	القيمة	لا	أحيانا	نعم
	التعارف				X
الحوار				X	
التفاعل				X	
التفاهم		X			
الجدال		X			
التشارك				X	
الاختلاف		X			
التسامح		X			
النفعية				X	
الاستهلاك				X	
المعاملة		X			
الارتباط بالدين				X	
الحفاظ على اللغة	X				
الحفاظ على العادات والتقاليد			X		
إحياء التراث	X				
التنافسية				X	
التعددية				X	
رفض السلطة				X	
رفض التمثيل أو الأناة				X	
الابداع والتميز				X	
التحكم				X	
الرقابة		X			
حب الذات				X	
الملكية				X	
المصادقية				X	
الثقة				X	
السرية				X	
التسارع				X	
الاستغراق				X	
التنظيم				X	
الالتزام				X	
التجاوز		X			
الاسترجاع		X			
الولاء				X	
الشبكة				X	
الانسيابية				X	
المحلية	X				
التفكك والتجزئية	X				
التحديث				X	
التخليّة				X	

المبحوث السادس عشر:

القيمة المركزية ومجالاتها	البدائل			القيمة	القيمة المركزية (التواصل)
	لا	أحيانا	نعم		
القيمة المركزية (التواصل)			X	التعارف	
			X	الحوار	
			X	التفاعل	
		X		التفاهم	
	X			الجدال	
			X	التشارك	
			X	الاختلاف	
		X		التسامح	
	X			النفعية	
	X			الاستهلاك	
		X		المعاملة	
		X		الارتباط بالدين	
		X		الحفاظ على اللغة	
		X		الحفاظ على العادات والتقاليد	
	مجال الهوية			X	إحياء التراث
X				التنافسية	
			X	التعددية	
			X	رفض السلطة	
X				رفض التمثيل أو الانابة	
X				الابداع والتميز	
مجال الحرية	X			التحكم	
			X	الرقابة	
			X	حب الذات	
مجال الذات	X			الملكية	
			X	المصادقية	
	X			الثقة	
			X	السرية	
	X			التسارع	
المجال الزمني والمكاني	X			الاستغراق	
			X	التنظيم	
			X	الالتزام	
			X	التجاوز	
		X		الاسترجاع	
		X		الولاء	
			X	الشبكية	
			X	الانسيابية	
			X	المحلية	
	X			التفكك والتجزئية	
	X			التحديث	
	X			التخيلية	

المبحوث السابع عشر:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل		
		نعم	أحيانا	لا
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X		
	الحوار	X		
	التفاعل		X	
	التفاهم		X	
	الجدال		X	
	التشارك	X		
	الاختلاف		X	
	التسامح	X		
	النفعية		X	
	الاستهلاك	X		
مجال الهوية	المعاملة		X	
	الارتباط بالدين		X	
	الحفاظ على اللغة	X		
	الحفاظ على العادات والتقاليد	X		
	إحياء التراث	X		
	التنافسية	X		
	التعددية	X		
	رفض السلطة	X		
	رفض التمثيل أو الانابة	X		
	الابداع والتميز	X		
مجال الذات	التحكّم		X	
	الرقابة		X	
	حب الذات	X		
	الملكية	X		
مجال الحرية	المصادقية	X		
	الثقة	X		
	السرية	X		
	التسارع		X	
مجال الخصوصية	الاستغراق	X		
	التنظيم	X		
	الالتزام		X	
	التجاوز		X	
	الاسترجاع	X		
	الولاء	X		
	الشبكية	X		
	الانسيابية	X		
	المحلية	X		
	التفكك والتجزئية	X		
المجال الزمني والمكاني	التحديث	X		
	التخييلية	X		
	التسارع		X	
	الاستغراق	X		
	التنظيم	X		
	الالتزام		X	
	التجاوز		X	
	الاسترجاع	X		
	الولاء	X		
	الشبكية	X		
الانسيابية	X			
المحلية	X			
التفكك والتجزئية	X			
التحديث	X			
التخييلية	X			

المبحوث الثامن عشر:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل			
		نعم	أحيانا	لا	
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X			
	الحوار	X			
	التفاعل	X			
	التفاهم	X			
	الجدال	X			
	التشارك	X			
	الاختلاف	X			
	التسامح	X			
	النفعية	X			
	الاستهلاك	X			
	المعاملة	X			
	الارتباط بالدين	X			
مجال الهوية	الحفاظ على اللغة	X			
	الحفاظ على العادات والتقاليد	X			
	إحياء التراث	X			
	التنافسية	X			
	التعددية	X			
مجال الحرية	رفض السلطة	X			
	رفض التمثيل أو الانابة	X			
	الابداع والتميز	X			
	التحكم	X			
	الرقابة	X			
مجال الذات	حب الذات	X			
	الملكية	X			
	المصادقية	X			
	الثقة	X			
	السرية	X			
مجال الخصوصية	التسارع	X			
	الاستغراق	X			
	التنظيم	X			
	الالتزام	X			
	التجاوز	X			
	الاسترجاع	X			
	الولاء	X			
	الشبكة	X			
	الانسيابية	X			
	المحلية	X			
	التفكك والتجزئية	X			
	التحديث	X			
	التخيلية	X			
	المجال الزمني والمكاني	التسارع	X		
		الاستغراق	X		
التنظيم		X			
الالتزام		X			
التجاوز		X			
الاسترجاع		X			
الولاء		X			
الشبكة		X			
الانسيابية		X			
المحلية		X			
التفكك والتجزئية		X			
التحديث		X			
التخيلية		X			
مجال الخصوصية		التسارع	X		
الاستغراق		X			
التنظيم	X				
الالتزام	X				
التجاوز	X				
الاسترجاع	X				
الولاء	X				
الشبكة	X				
الانسيابية	X				
المحلية	X				
التفكك والتجزئية	X				
التحديث	X				
التخيلية	X				

المبحوث التاسع عشر:

القيمة المركزية ومجالاتها	البدائل			القيمة	القيمة المركزية (التواصل)	
	لا	أحيانا	نعم			
			X	التعارف	القيمة المركزية (التواصل)	
			X	الحوار		
			X	التفاعل		
		X		التفاهم		
	X			الجدال		
			X	التشارك		
			X	الاختلاف		
			X	التسامح		
	X			النفعية		
		X		الاستهلاك		
	X			المعاملة	مجال الهوية	
			X	الارتباط بالدين		
			X	الحفاظ على اللغة		
			X	الحفاظ على العادات والتقاليد		
			X	إحياء التراث		
			X	التنافسية		
			X	التعددية		
			X	رفض السلطة		
			X	رفض التمثيل أو الانابة		مجال الحرية
			X	الابداع والتميز		
			X	التحكم		
		X		الرقابة		
		X		حب الذات	مجال الخصوصية	
			X	الملكية		
			X	المصادقية		
			X	الثقة		
			X	السرية	المجال الزمني والمكاني	
		X		التسارع		
			X	الاستغراق		
			X	التنظيم		
		X		الالتزام		
			X	التجاوز		
		X		الاسترجاع		
			X	الولاء		
			X	الشبكية		
			X	الانسيابية		
			X	المحلية		
			X	التفكك والتجزئية		
			X	التحديث		
			X	التخيلية		

المبحوث العشريون:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل			
		نعم	أحيانا	لا	
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X			
	الحوار	X			
	التفاعل	X			
	التفاهم	X			
	الجدال			X	
	التشارك	X			
	الاختلاف			X	
	التسامح	X			
	النفعية	X			
	الاستهلاك	X			
	المعاملة	X			
	مجال الهوية	الارتباط بالدين			X
		الحفاظ على اللغة			X
الحفاظ على العادات والتقاليد				X	
إحياء التراث				X	
التنافسية				X	
مجال الذات	التعددية	X			
	رفض السلطة			X	
	رفض التمثيل أو الانابة			X	
	الابداع والتميز			X	
	التحكم			X	
مجال الخصوصية	الرقابة	X			
	حب الذات	X			
	الملكية	X			
	المصداقية			X	
	الثقة	X			
المجال الزمني والمكاني	السرية	X			
	التسارع			X	
	الاستغراق	X			
	التنظيم			X	
	الالتزام	X			
	التجاوز	X			
	الاسترجاع			X	
	الولاء	X			
	الشبكية	X			
	الانسيابية	X			
	المحلية			X	
	التفكك والتجزئية			X	
	التحديث	X			
	التخييلية	X			
	كيفية الاكتساب القيمي من وجهة نظر الباحث				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال التعرف المحدد والذي غرضه إقامة علاقات اجتماعية					
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال حوار مع أشخاص لا يعرفهم خارج الحدود الجغرافية					
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تفاعله مع من تربطهم به علاقة مصلحة عاطفية					
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال من تربطهم به علاقات عاطفية					
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة من كون الهدف هو توددي وتقري	X				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال مشاركته لخصوصياته مع معارفه العاطفيين					
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة وذلك راجع لوصولية البحث عن علاقة عاطفية وبالتالي عدم الدخول في جدالات	X				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال مساعته لأفراد الذي أذوه أخلاقيا					
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال نفعية العلاقات ووصولية الأهداف العاطفية الناتجة عن التفاعل					
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال استهلاكية العلاقات ووصوليتها و نفعيتها					
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال المجاملة المفرطة لأشخاص لغرض الارتباط					
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا لعدن تسطيرها كهدف اجتماعي تواصلية	X				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة وهذا الأمر راجع لعدم تسطيرها كهدف تواصلية	X				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة وهذا الأمر راجع لعدم تسطيرها كهدف تواصلية	X				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة وهذا الأمر راجع لعدم تسطيرها كهدف تواصلية	X				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة وذلك راجع للتنازلات الاجتماعية التي يقدمها	X				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تعدد مصادر العلاقات العاطفية والأشخاص في الحياة الاجتماعية					
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة وذلك راجع لسيطرة سلطة المصلحة على حياته الاجتماعية	X				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال سماحه لبعض الناس الكلام عنه	X				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال روتينية حياته	X				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة لعدم تمكنه من التحكم في نزواته الاجتماعية	X				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال رقابته المحكمة على حياته الخاصة					
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال حب المفرط لذاته	X				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من ملكية حياته الخاصة					
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا لضبابية حياته	X				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال عدم ثقة الناس فيه نظرا لسلوكياته الغريبة	X				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال سرية استراتيجياته الوصولية العاطفية					
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال تسارع ايقاع حياته			X		
اكتسب المبحوث هاته القيمة من استغراق خططه العاطفية لحياته الخاصة			X		
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا لفوضوية حياته الخاصة	X				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة وذلك من خلال عدم التزامه بالأخلاقيات والقيم الاجتماعية	X				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا لدخوله في صدامات مع الأشخاص الذي تربطهم به علاقة عاطفية	X				
اكتسب المبحوث هاته القيمة حينيا من خلال استرجاع بعض الذكريات من الماضي			X		
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال الولاء لأهداف العاطفية التي يعيش من اجلها			X		
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال شبكية العلاقات العاطفية التي أسسها			X		
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال انسيابية العلاقات العاطفية التي أسسها			X		
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة وذلك في توسيع شبكة العلاقات العاطفية خارج الاطار المحلي	X				
لم يكتسب المبحوث هاته القيمة نظرا لسيطرة حياته	X				
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تحديث شبكة علاقاته العاطفية			X		
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال تخييلية علاقاته العاطفية	X				

المبحوث الحادي والعشرون:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل			
		نعم	أحيانا	لا	
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X			
	الحوار	X			
	التفاعل	X			
	التفاهم	X			
	الجدال	X			
	التشارك	X			
	الاختلاف	X			
	التسامح	X			
	النفعية	X			
	الاستهلاك	X			
مجال الهوية	المعاملة	X			
	الارتباط بالدين	X			
	الحفاظ على اللغة	X			
	الحفاظ على العادات والتقاليد	X			
	إحياء التراث	X			
	التنافسية	X			
	التعددية	X			
	رفض السلطة	X			
	مجال الحرية	رفض التمثيل أو الانابة	X		
	الابداع والتميز	X			
مجال الذات	التحكم	X			
	الرقابة	X			
	حب الذات	X			
	الملكية	X			
	المصادقية	X			
	الثقة	X			
	السرية	X			
	التسارع	X			
	الاستغراق	X			
	التنظيم	X			
المجال الزمني والمكاني	الالتزام	X			
	التجاوز	X			
	الاسترجاع	X			
	الولاء	X			
	الشبكة	X			
	الانسيابية	X			
	المحلية	X			
	التفكك والتجزئية	X			
	التحديث	X			
	التخييلية	X			
مجال الخصوصية	التسارع	X			
	الاستغراق	X			
	التنظيم	X			
	الالتزام	X			
	التجاوز	X			
	الاسترجاع	X			
	الولاء	X			
	الشبكة	X			
	الانسيابية	X			
	المحلية	X			
التفكك والتجزئية	X				
التحديث	X				
التخييلية	X				
مجال الخصوصية	التسارع	X			
	الاستغراق	X			
	التنظيم	X			
	الالتزام	X			
	التجاوز	X			
	الاسترجاع	X			
	الولاء	X			
	الشبكة	X			
	الانسيابية	X			
	المحلية	X			
التفكك والتجزئية	X				
التحديث	X				
التخييلية	X				

المبحوث الثاني والعشرون:

القيمة المركزية ومجالاتها	البدائل			القيمة	القيمة المركزية (التواصل)	
	لا	أحيانا	نعم			
القيمة المركزية (التواصل)			X	التعارف		
		X		الحوار		
				التفاعل		
		X		التفاهم		
			X	الجدال		
			X	التشارك		
			X	الاختلاف		
			X	التسامح		
	X			النفعية		
			X	الاستهلاك		
		X		المعاملة		
		X		الارتباط بالدين		
		X		الحفاظ على اللغة		
		X		الحفاظ على العادات والتقاليد		
مجال الهوية	X			إحياء التراث		
			X	التنافسية		
			X	التعددية		
			X	رفض السلطة		
			X	رفض التمثيل أو الانابة		
			X	الابداع والتميز		
		X		التحكم		
		X		الرقابة		
			X	حب الذات		
			X	الملكية		
مجال الحرية	X			المصادقية		
	X			الثقة		
			X	السرية		
			X	التسارع		
			X	الاستغراق		
		X		التنظيم		
مجال الخصوصية	X			الالتزام		
			X	التجاوز		
		X		الاسترجاع		
		X		الولاء		
			X	الشبكية		
		X		الانسيابية		
		X		المحلية		
			X	التفكك والتجزئية		
		X		التحديث		
		X		التخليعية		
	المجال الزمني والمكاني		X		التسارع	
				X	الاستغراق	
			X		التنظيم	
			X		الالتزام	
			X	التجاوز		
		X		الاسترجاع		
		X		الولاء		
			X	الشبكية		
		X		الانسيابية		
		X		المحلية		
			X	التفكك والتجزئية		
		X		التحديث		
		X		التخليعية		

المبحوث الثالث والعشرون:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل		
		نعم	أحيانا	لا
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف			x
	الحوار			x
	التفاعل		x	
	التفاهم			x
	الجدال			x
	التشارك			x
	الاختلاف			x
	التسامح			x
	النفعية			x
	الاستهلاك			x
	المعاملة			x
	الارتباط بالدين			x
مجال الهوية	الحفاظ على اللغة			x
	الحفاظ على العادات والتقاليد			x
	إحياء التراث			x
	التنافسية			x
	التعددية			x
مجال الحرية	رفض السلطة			x
	رفض التمثيل أو الانابة			x
	الابداع والتميز			x
	التحكّم			x
	الرقابة			x
مجال الذات	حب الذات			x
	الملكية			x
	المصادقية			x
	الثقة			x
	السرية			x
	التسارع			x
	الاستغراق			x
	التنظيم			x
المجال الزماني والمكاني	الالتزام			x
	التجاوز			x
	الاسترجاع			x
	الولاء			x
	الشبيكية			x
	الانسيابية			x
	المحلية			x
	التفكك والتجزئية			x
	التحديث			x
	التخييلية			x
	التسارع			x
	الاستغراق			x
التنظيم			x	
الالتزام			x	
التجاوز			x	
الاسترجاع			x	
الولاء			x	
الشبيكية			x	
الانسيابية			x	
المحلية			x	
التفكك والتجزئية			x	
التحديث			x	
التخييلية			x	

المبحوث الرابع والعشرون:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل		
		نعم	أحيانا	لا
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X		
	الحوار	X		
	التفاعل	X		
	التفاهم	X		
	الجدال	X		
	التشارك		X	
	الاختلاف		X	
	التسامح	X		
	التفعية	X		
	الاستهلاك	X		
	المعاملة		X	
	الارتباط بالدين		X	
مجال الهوية	الحفاظ على اللغة		X	
	الحفاظ على العادات والتقاليد		X	
	إحياء التراث		X	
	التنافسية	X		
مجال الذات	التعددية	X		
	رفض السلطة	X		
	رفض التمثيل أو الانابة	X		
	الابداع والتميز	X		
مجال الحرية	التحكم		X	
	الرقابة		X	
	حب الذات	X		
	الملكية	X		
مجال الخصوصية	المصادقية	X		
	الثقة	X		
	السرية	X		
	التسارع		X	
المجال الزمني والمكاني	الاستغراق	X		
	التنظيم	X		
	الالتزام	X		
	التجاوز	X		
	الاسترجاع	X		
	الولاء	X		
	الشبكية	X		
	الانسيابية	X		
	المحلية	X		
	التفكك والتجزئية	X		
	التحديث	X		
	التخيلية	X		
	لا يكتبها المبحوث في الواقع وذلك من خلال قيامه بأعماله اليومية بصورة بطيئة		X	
	يكتسبها المبحوث من خلال المدة الزمنية الذي يستغرقها الكبيرة في بعض الأحيان في أداء واجباته اليومية		X	
	لا يكتبها المبحوث هذه القيمة في الواقع لأن حياته اليومية تتسم بالعشوائية	X		
	يكتسبها المبحوث واقعا من خلال إلتزامه الدائم بأداء الواجبات الاجتماعية	X		
لا يكتبها المبحوث في الواقع وذلك راجع لأداء المهام في وقتها	X			
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال استرجاعه للذكريات الماضي	X			
يكتسب المبحوث هذه القيمة في الواقع من خلال ارتباطه الدائم بكل ما له علاقة بالوسط الذي يعيش فيه	X			
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال التوسع دائرة التواصل خارج النطاق الجغرافي	X			
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال تعدد الأنشطة التي يقوم بها	X			
يكتسبها المبحوث واقعا من خلال الإهتمام بكل ما له علاقة بالوسط الذي يعيش فيه	X			
لم يكتبها المبحوث هذه القيمة وذلك راجع لعدم اهتمامه بالتفاصيل الدقيقة التي ليست لا أهمية	X			
اكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال قيامه بمواكبة العصرنة	X			
اكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال استخدامه المفرط لألعاب الفيديو	X			

المبحوث الخامس والعشرون:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل		
		نعم	أحيانا	لا
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X		
	الحوار	X		
	التفاعل		X	
	التفاهم	X		
	الجدال			X
	التشارك	X		
	الاختلاف	X		
	التسامح	X		
	النفعية	X		
	الاستهلاك	X		
	المعاملة		X	
	الارتباط بالدين		X	
مجال الهوية	الحفاظ على اللغة		X	
	الحفاظ على العادات والتقاليد		X	
	إحياء التراث		X	
	التنافسية		X	
	التعددية		X	
	رفض السلطة		X	
مجال الذات	رفض التمثيل أو الانابة		X	
	الابداع والتميز		X	
	التحكم		X	
	الرقابة		X	
	حب الذات		X	
مجال الحرية	الملكية	X		
	المصادقية	X		
	الثقة	X		
	السرية	X		
	التسارع	X		
المجال الزمني والمكاني	الاستغراق	X		
	التنظيم	X		
	الالتزام	X		
	التجاوز	X		
	الاسترجاع	X		
	الولاء	X		
	الشبكية	X		
	الانسيابية	X		
	المحلية	X		
	التفكك والتجزئية	X		
	التحديث	X		
	التخيلية	X		
	التسامح		X	
	التفاهم		X	
	التشارك		X	
	الاختلاف		X	
	التسامح		X	
النفعية		X		
الاستهلاك		X		
المعاملة		X		
الارتباط بالدين		X		
الحفاظ على اللغة		X		
الحفاظ على العادات والتقاليد		X		
إحياء التراث		X		
التنافسية		X		
التعددية		X		
رفض السلطة		X		
رفض التمثيل أو الانابة		X		
الابداع والتميز		X		
التحكم		X		
الرقابة		X		
حب الذات		X		
الملكية		X		
المصادقية		X		
الثقة		X		
السرية		X		
التسارع		X		
الاستغراق		X		
التنظيم		X		
الالتزام		X		
التجاوز		X		
الاسترجاع		X		
الولاء		X		
الشبكية		X		
الانسيابية		X		
المحلية		X		
التفكك والتجزئية		X		
التحديث		X		
التخيلية		X		

المبحوث السادس والعشرون:

القيمة المركزية ومجالاتها	البدائل			القيمة
	لا	أحيانا	نعم	
القيمة المركزية (التواصل)			X	التعارف
			X	الحوار
			X	التفاعل
			X	التفاهم
			X	الجدال
			X	التشارك
			X	الاختلاف
			X	التسامح
			X	النفعية
			X	الاستهلاك
مجال الذات		X		المعاملة
		X		الارتباط بالدين
	X			الحفاظ على اللغة
		X		الحفاظ على العادات والتقاليد
	X			إحياء التراث
			X	التنافسية
			X	التعددية
			X	رفض السلطة
			X	رفض التمثيل أو الانابة
			X	الابداع والتميز
مجال الحرية		X		التحكم
		X		الرقابة
			X	حب الذات
			X	الملكية
		X		المصادقية
		X		الثقة
			X	السرية
		X		التسارع
			X	الاستغراق
		X		التنظيم
المجال التخصصية	X			الالتزام
			X	التجاوز
		X		الاسترجاع
		X		الولاء
			X	الشبكية
			X	الانسيابية
		X		المحلية
		X		التفكك والتجزئية
		X		التحديث
		X		التخيلية
المجال الزمني والمكاني			X	التسارع
			X	الاستغراق
	X			التنظيم
	X			الالتزام
			X	التجاوز
		X		الاسترجاع
		X		الولاء
			X	الشبكية
			X	الانسيابية
		X		المحلية
	X		التفكك والتجزئية	
	X		التحديث	
	X		التخيلية	

المبحوث السابع والعشرون:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل		
		نعم	أحيانا	لا
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X		
	الحوار	X		
	التفاعل	X		
	التفاهم	X		
	الجدال	X		
	التشارك	X		
	الاختلاف	X		
	التسامح	X		
	النفعية			X
	الاستهلاك	X		
	المعاملة	X		
مجال الهوية	الارتباط بالدين	X		
	الحفاظ على اللغة	X		
	الحفاظ على العادات والتقاليد		X	
	إحياء التراث	X		
	التنافسية	X		
	التعددية	X		
مجال الحرية	رفض السلطة	X		
	رفض التمثيل أو الإنابة	X		
	الإبداع والتميز	X		
	التحكم		X	
	الرقابة		X	
مجال الذات	حب الذات			X
	الملكية	X		
	المصادقية	X		
	الثقة	X		
	السرية	X		
المجال الزمني والمكاني	التسارع	X		
	الاستغراق	X		
	التنظيم	X		
	الالتزام	X		
	التجاوز	X		
	الاسترجاع		X	
	الولاء	X		
	الشبكية	X		
	الانسيابية	X		
	المحلية	X		
	التفكك والتجزئية	X		
	التحديث	X		
	التخيلية	X		
	كيفية الاكتساب القيمي من وجهة نظر الباحث			
اكتسبت المبحوثة قيمة التعارف كونها فاعل أكاديمي في مجال البحث العلمي وحب عليها تحقيق هاته القيمة				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال حوارها الأكاديمي مع الفاعلين الأكاديميين				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال تفاعلها مع محيطها الجامعي				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال تفاهمها مع من يشاركونها التخصص				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال جدالها مع بعض الأكاديميين في مسائل أكاديمية				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال مشاركتها هواجسها العلمية مع من يشاركونها مجال التخصص				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال اختلاف المنابع المعرفية التي تنهل منها في تخصصها				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال مساهمتها لبعض تجاوزهات المقررين لها				
لم تكتسب المبحوثة هاته القيمة نظرا للقيم التشاركية التي تتبناها في محيطها الاجتماعي والأكاديمي				
اكتسب المبحوثة هاته القيمة من خلال تنوع مصادر الاستهلاك المادي و الأكاديمي				
اكتسب المبحوثة هاته القيمة من خلال مجاملتها لمحيطها الأكاديمي				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال ارتباطها بالدين الإسلامي وعباداته ومعاملاته				
اكتسب المبحوثة هاته القيمة من خلال دفاعها عن استعمال اللغة العربية كلغة أكاديمية				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة واقعا من خلال لباسها وطريقة كلامها				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة حينها من خلال احياؤها للتراث في طرحها الأكاديمي				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال تنافسيتها الأكاديمية				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال تعدد المصادر الأكاديمية والمنهجية التي تتبناها في مشوارها الأكاديمي				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال رفضها لأي سلطة تحد من نشاطها الأكاديمي				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال رفضها لأي تمثيل إنابة أكاديمية تحد من حريتها الأكاديمية				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال إبداعها وتميزها في البحث العلمي				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال التحكم في منهجية البحث العلمي				
اكتسب المبحوثة هاته القيمة من رقابتها لالتزامها الأكاديمي والاجتماعي				
لم تكتسب المبحوثة هاته القيمة كونها شخص اجتماعي يشارك الجميع اهتمامهم وطموحاتهم				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال ملكيتها الفكرية لبحوثها الأكاديمية				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال مصادقية معلوماتها الأكاديمية				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة واقعا من خلال ثقة محيطها الأكاديمي فيها				
اكتسبت المبحوثة هاته القيمة من خلال سرية حياتها الخاصة				

المبحوث الثامن والعشرون:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل		
		نعم	أحيانا	لا
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف	X		
	الحوار	X		
	التفاعل	X		
	التفاهم	X		
	الجدال	X		
	التشارك	X		
	الاختلاف	X		
	التسامح	X		
	النفعية	X		
	الاستهلاك	X		
	المعاملة	X		
	الارتباط بالدين	X		
مجال الهوية	الحفاظ على اللغة			
	الحفاظ على العادات والتقاليد	X		
	إحياء التراث			
	التنافسية	X		
	التعددية	X		
	رفض السلطة	X		
مجال الذات	رفض التمثيل أو الانابة	X		
	الابداع والتميز	X		
	التحكم	X		
	الرقابة	X		
	حب الذات	X		
مجال الخصوصية	الملكية	X		
	المصادقية	X		
	الثقة	X		
	السرية	X		
المجال الزمني والمكاني	التسارع	X		
	الاستغراق	X		
	التنظيم	X		
	الالتزام	X		
	التجاوز	X		
	الاسترجاع	X		
	الولاء	X		
	الشبكية	X		
	الانسيابية	X		
	المحلية	X		
	التفكك والتجزئية	X		
	التحديث	X		
	التخليعية	X		
	كيفية الاكتساب القيمي من وجهة نظر الباحث			
يكتسب المبحوث هذه القيمة في الواقع من خلال احتكاكه بالأشخاص الذين هم في مجال تخصصه		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة على أرض الواقع من عن طريق تدخلاته المتكررة في عدة مواضيع		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال قيامه بردود أفعال تجاه الأشخاص		X		
يكتسبها المبحوث في الواقع من خلال احترام رأي الآخر		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال تقبله للنقد في مواضيع معينة		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال تقديمه لدروس خصوصية لأصدقائه		X		
يكتسبها المبحوث واقعا وذلك من خلال قيامه بأشياء غير مألوقة في مجتمعه		X		
يكتسبها المبحوث في الواقع من خلال العفو على كل شخص يمس بسوء		X		
يكتسبها المبحوث واقعا من خلال كونه شخص مادي		X		
يكتسبها المبحوث هذه القيمة في الواقع من خلال اقتنائه المفرط للألبسة		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال قيامه بمدح زملاءه		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال حرصه على صلاته وكذلك حضور الحلقات الدينية		X		
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة لأنه لا يتقن اللغة العربية بسلاسة				
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال اهتمامه بكل ماله بالعادات وتقاليد الأجداد		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال قيامه بحضور التظاهرات الثقافية				
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة لأنه لا يولي أهمية يتنافسون حول شيء معين		X		
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة لأنه ثابت على شخصية واحدة		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال رفضه التام لكل من يتدخل أو يفرض عليه شيء		X		
يكتسب المبحوث في الواقع هذه القيمة لأنه يقوم بواجباته بنفسه		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال محاولته لإبتكار اشياء جديدة		X		
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة في الواقع وذلك راجع لضعف شخصيته		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال إختياره لأصدقائه		X		
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة كون شخص متواضع لا يحب التباهي		X		
لا يكتسبها المبحوث في الواقع وذلك من خلال اشتراكه الأشياء مع الناس		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال الصدق في الكلام مع الآخرين		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال طريقة تعامله مع الآخرين وصدق كلامه		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال التكم على أسراره		X		
لا يكتسبها المبحوث في الواقع وذلك من خلال قيامه بأعماله اليومية بصورة بطيئة		X		
يكتسبها المبحوث من خلال المدة الزمنية الذي يستغرقها الكبيرة في بعض الأحيان في أداء واجباته اليومية		X		
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة في الواقع لأن حياته اليومية تنسم بالعشوائية		X		
يكتسبها المبحوث واقعا من خلال إلتزامه الدائم بأداء الواجبات الاجتماعية		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال عدم القيام بأعماله في وقتها		X		
يكتسبها المبحوث واقعا من خلال محاولته دائما إسترداد كل شيء يتعلق به		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة في الواقع من خلال ارتباطه الدائم بكل ما له علاقة بالوسط الذي يعيش فيه		X		
اكتسب المبحوث هاته القيمة من خلال توسيع دائرة التواصل خارج النطاق الجغرافي		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة واقعا من خلال تعدد الأنشطة التي يقوم بها		X		
يكتسبها المبحوث واقعا من خلال الإهتمام بكل ما له علاقة بالوسط الذي يعيش فيه		X		
لا يكتسب المبحوث هذه القيمة لأنه يهتم بالعموميات		X		
يكتسب المبحوث هذه القيمة من خلال قيامه بتغيير الهاتف المحمول		X		
لم يكتسب المبحوث هذه القيمة وذلك راجع كونه شخص واقعي أكثر		X		

المبحوث التاسع والعشرون:

القيمة المركزية ومجالاتها	القيمة	البدائل			
		نعم	أحيانا	لا	
القيمة المركزية (التواصل)	التعارف		X		
	الحوار		X		
	التفاعل		X		
	التفاهم		X		
	الجدال		X		
	التشارك		X		
	الاختلاف	X			
	التسامح		X		
	النفعية	X			
	الاستهلاك	X			
مجال الهوية	المعاملة		X		
	الارتباط بالدين		X		
	الحفاظ على اللغة	X			
	الحفاظ على العادات والتقاليد		X		
	إحياء التراث	X			
	التنافسية	X			
	التعددية	X			
	رفض السلطة	X			
	مجال الحرية	رفض التمثيل أو الانابة	X		
	الابداع والتميز	X			
مجال الذات	التحكم		X		
	الرقابة		X		
	حب الذات	X			
	الملكية	X			
	المصادقية	X			
	الثقة	X			
	السرية		X		
	التسارع		X		
	الاستغراق		X		
	التنظيم	X			
المجال الزمني والمكاني	الالتزام	X			
	التجاوز		X		
	الاسترجاع		X		
	الولاء	X			
	الشبكية	X			
	الانسيابية	X			
	المحلية	X			
	التفكك والتجزئية	X			
	التحديث	X			
	التخيلية	X			
مجال الخصوصية	التساؤل		X		
	الاستغراق		X		
	التنظيم	X			
	الالتزام	X			
	التجاوز		X		
	الاسترجاع		X		
	الولاء	X			
	الشبكية	X			
	الانسيابية	X			
	المحلية	X			
التفكك والتجزئية	X				
التحديث	X				
التخيلية	X				
مجال التواصل	التعارف		X		
	الحوار		X		
	التفاعل		X		
	التفاهم		X		
	الجدال		X		
	التشارك		X		
	الاختلاف	X			
	التسامح		X		
	النفعية	X			
	الاستهلاك	X			
مجال العمل	المعاملة		X		
	الارتباط بالدين		X		
	الحفاظ على اللغة	X			
	الحفاظ على العادات والتقاليد		X		
	إحياء التراث	X			
	التنافسية	X			
	التعددية	X			
	رفض السلطة	X			
	مجال الحرية	رفض التمثيل أو الانابة	X		
	الابداع والتميز	X			
مجال الذات	التحكم		X		
	الرقابة		X		
	حب الذات	X			
	الملكية	X			
	المصادقية	X			
	الثقة	X			
	السرية		X		
	التسارع		X		
	الاستغراق		X		
	التنظيم	X			
المجال الزمني والمكاني	الالتزام	X			
	التجاوز		X		
	الاسترجاع		X		
	الولاء	X			
	الشبكية	X			
	الانسيابية	X			
	المحلية	X			
	التفكك والتجزئية	X			
	التحديث	X			
	التخيلية	X			
مجال الخصوصية	التساؤل		X		
	الاستغراق		X		
	التنظيم	X			
	الالتزام	X			
	التجاوز		X		
	الاسترجاع		X		
	الولاء	X			
	الشبكية	X			
	الانسيابية	X			
	المحلية	X			
التفكك والتجزئية	X				
التحديث	X				
التخيلية	X				

المبحوث الثلاثون:

القيمة المركزية ومجالاتها	البدائل			القيمة
	لا	أحيانا	نعم	
القيمة المركزية (التواصل)			X	التعارف
			X	الحوار
		X		التفاعل
		X		التفاهم
		X		الجدال
			X	التشارك
			X	الاختلاف
			X	التسامح
			X	النفعية
			X	الاستهلاك
مجال الذات		X		المعاملة
		X		الارتباط بالدين
	X			الحفاظ على اللغة
		X		الحفاظ على العادات والتقاليد
	X			إحياء التراث
			X	التنافسية
			X	التعددية
			X	رفض السلطة
			X	رفض التمثيل أو الانابة
			X	الابداع والتميز
مجال الحرية		X		التحكم
		X		الرقابة
			X	حب الذات
			X	الملكية
	X			المصادقية
	X			الثقة
			X	السرية
		X		التسارع
			X	الاستغراق
		X		التنظيم
مجال الخصوصية	X			الالتزام
			X	التجاوز
		X		الاسترجاع
		X		الولاء
		X		الشبكية
		X		الانسيابية
		X		المحلية
		X		التفكك والتجزئية
			X	التحديث
			X	التخيلية
المجال الزمني والمكاني			X	التسارع
			X	الاستغراق
		X		التنظيم
	X			الالتزام
			X	التجاوز
		X		الاسترجاع
		X		الولاء
		X		الشبكية
		X		الانسيابية
		X		المحلية
	X		التفكك والتجزئية	
		X	التحديث	
		X	التخيلية	

2. تحليل نتائج القيم الثقافية المكتسبة:

- قيمة التعارف:

إن الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي، قد اكتسب هذه القيمة وفق اتجاهين:

- اكتسابها من حيث هي قيمة، وبالتالي يقوم بتطوير رغبته التعارفية والتي هي في الأساس فطرية، فيصبح المستخدم أكثر تعارفاً من ذي قبل، ويحاول أن يكون اجتماعياً قدر الإمكان على المستوى الواقعي من خلال تعزيز هذه القيمة، إلا أن هناك اتجاهاً من الباحثين في هذه النقطة يقر بأن هناك بعض الأفراد قد نجحوا في ربط علاقات تعارفية على المستوى الافتراضي ولم ينجحوا في ذلك على المستوى الواقعي.

- تجسيدها في السلوك التعارفي، ونقصد بها أن هذه القيم قد نزلت من الجانب العلوي المتعالي للقيمة للسلوك الذي قد يتعد عن القيمة وينافها أحياناً، وهنا نطرح سؤالين محوريين: مع من يتعارف هذا المستخدم؟ وكيف يتعارف؟.

إن الإجابة على السؤال الأول تتطلب الحضور القيمي والثقافي للمستخدم حتى يحدد بوصلته التعارفية وفقاً لطريق سليم يختاره بناءً على أطر أخلاقية وقيمية، فبعض العلاقات التعارفية التي وجدناها عند الشباب تخرج عن الدائرة الأخلاقية، وقامت بكسر المحاذير الاجتماعية كنوع من التحدي الاجتماعي للمعايير القيمية. فالشباب المستخدم يميل إلى التعرف على الجنس الآخر، ويعمل على ربط علاقات ثنائية معه، وقد أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي مساحة تواصلية ودرشية مكنت الحضور المتزامن لأصحاب العلاقة وتعيين مواقفهم الاتصالية متى ارادوا ذلك، وبطريقة سرية في الكثير من الأحيان.

أما عن طريقة التعارف، فهناك الطريقة التقليدية والتي تحاول أن تحاكي التعارف الواقعي من خلال وجود نية في التعارف ليبدأ بعدها الفعل التعارفي وتبادل المعلومات التي يريدها كلا المستخدمين من بعضهم، لتتطور بعدها العلاقات التعارفية في الكثير من الأحيان إلى علاقات صداقة قد تنتقل إلى الوسط الاجتماعي، وفي سياق آخر فقد وجدنا بان هناك من الشباب من يضيف العديد من المستخدمين في قائمة الأصدقاء، لكنه يتعارف عليهم من خلال متابعة أخبارهم، هذا النوع من التعارف يسميه (كلي كالفيرت) في كتابه "الوطن المتلصص"، بـ"التلصص الموسوط"، أي التلصص الحاصل بمتابعة أخبار الأشخاص المنتمين لنفس الجماعة الاستخداماتية في مواقع التواصل الاجتماعي، وقد قسمه إلى النقاط التالية: التلصص بواسطة فيديو الحقيقة، التلصص القائم على إعادة البناء، التلصص القائم على قول كل شيء وإظهار كل شيء، و التلصص الجنسي¹.

¹ - Clay CALVERT, Voyeur Nation, anchor books, New york, 1998, P2

- قيمة الحوار:

- إن الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي في علاقاته التي يبنها داخل هذا الوسط، يعمل على تمييز تلك العلاقات والمحافظة عليها من خلال تفعيل منطق الحوار، والذي رأيناه يتجلى في النقاط التالية:
- إن قيمة الحوار، تتمظهر من خلال الحضور الأخلاقي لهذا الفعل ليتحول إلى قيمة، لكننا نرى بأن الشباب يستخدمه كفعل ولا يرتبط به كقيمة، من خلال عدم الالتزام بأخلاقيات الحوار في الكثير من الأحيان.
- أن الحوار الذي يدور في شبكات التواصل الاجتماعي يختلف عن ذلك الذي يدور في الواقع العملي، انطلاقاً من الغياب الفيزيائي لكلا المتحاورين، الأمر الذي قد يؤثر على إنتاج الرسالة واستقبالها بتدخل الوسيط الافتراضي.
- الحوار في هذه المواقع قد يصادفه التجاهل الضمني، بمعنى أن المستخدم يستطيع أن يتجاهل الرسالة دون علم صاحبها بذلك، وهو الأمر الذي يغيب في التواصل الواقعي.
- أن الحوار من حيث هو فعل وردة فعل، يرتبط بالموضوع المحاور حوله، والذي رأينا في الكثير من الأحيان أن الشباب يتحاور في المواضيع التي تقترب منه معيشياً.
- الأشخاص المتحاور معهم من طرف عينة الدراسة، في الغالب هم الأشخاص الذين يتحاور معهم في العالم الواقعي فيقوم بذلك بتعزيز العلاقة معهم.
- وفي استخدام المنطق الحواري نرى بان "التحليل التبادلي" عند (إيريك بيرن) يتفق مع الفعل الحوارية في شبكات التواصل الاجتماعي، فيقوم هذا التحليل على النظر إلى الطبيعة التعددية للإنسان بأنها تحوي في داخلها ثلاثة شخصيات في شخصية واحدة مما يؤدي إلى أن يلعب الإنسان ثلاثة ادوار متوافقة مع هذه الشخصيات بالتناوب، وربما معاً وفي آن واحد، ويصعب في الواقع فهم التبادل بين فردين يتحادثان معاً حول موضوع ما دون فهم دقيق للأجزاء الرئيسية التي تتكون منها شخصية كل منهما كما يقول (بيرن)، فهذه الأجزاء هي المفاتيح الرئيسية لفهم شخصيتهما ونوع التبادل الذي يمارسونه، وذلك لأن هذه الأجزاء من الشخصية، هي التي تحرك مشاعر الفرد وأفكاره وسلوكياته بصورة مستمرة، ويرى (بيرن) أن شخصية كل فرد من الأفراد تتكون من ثلاثة أجزاء، أطلق عليها "حالات الذات أو الأنا" وهذه الذوات أو الحالات هي التي تحرك أفكار هذا الفرد ومشاعره، وسلوكياته، وتظهر هذه الحالات في سلوك الفرد أثناء تفاعله مع الآخرين، وهي: الذات الوالدية، الذات الراشدة/العاقلة، والذات الطفولية¹.

¹ - Berne, E, Transactional Analyses in psychotherapy: a systematic individual and social psychiatry, Grove press, New York, 1960, p63.

- قيمة التفاعل:

لقد أسهنا القول في مفهوم " التفاعل " كفعل، ولكننا لم نعتبره قيمة خاصة في الانطلاق الإشكالي للدراسة، ومن خلال ارتفاع المفهوم بمنهج معياري للنموذج المثالي الذي ينبغي أن يكون عليه، نلاحظ النقاط التالية:

- التفاعل كقيمة، يرتبط بمقدار الفائدة الأخلاقية وتعزيز الرصيد القيمي الذي يمتلكه المستخدمون في هذه الشبكات.
- قيمة التفاعل، لها علاقة وطيدة بالمحتوى المتفاعل حوله.

- أن التفاعل بقدر تملكه الافتراضي من خلال مؤشرات محددة (الإعجاب، التعليق، المشاركة...)، إلا أنه لا يعتبر مقياسا حقيقيا للتفاعل، خاصة فيما يتعلق بمصداقيته وعن رغبة حقيقية للفرد المتفاعل حول الموضوع المتفاعل.

- أنه في بعض الأحيان نجد ما نسميه " التفاعل الضمني " وهو تأثر المستخدم بالمحتوى، دون الرغبة في التفاعل معه.

- أن التفاعل في هذه المواقع، يقاس بطريقة كمية، فمثلا توجد الآن العديد من الخدمات والأدوات التي توفر بيئة مناسبة وملائمة للقياس، نعني بذلك قياس التفاعل في الشبكات الاجتماعية، وأشار (عاصم الشتوي) إلى أبرزها¹:
موقع klout : يقيس مدى التأثير بالاعتماد على استخراج ردود الأفعال، في كل مرة نقوم بإنشاء محتوى أو ارتباطات يقوم klout بقياس تأثيرها على المتابعين والزوار حسب ردود أفعالهم مبينا القيمة على مقياس يتراوح بين 1-100 باستخدام بيانات من تويتر وفيس بوك ولنكد إن وفورسيكوب، بالإضافة إلى مستوى تأثير هؤلاء الأشخاص على متابعيهم ومداهما على ارتباطاتهم، أيضا مبينا القيمة على مقياس يتراوح بين 1-100، الجدير بالذكر أنه يتوفر إضافة للمتصفح كروم وفايرفوكس من هذا الموقع. وكذلك موقع postrank: يقوم على مبدأ مراقبة ومتابعة وجمع البيانات حول الأحداث وتحليلها، حدوث الارتباطات، حول المحتوى على شبكة الانترنت، متى وأين تمت هذه الارتباطات أو التعليقات، مثل الإضافة إلى المفضلة أو عمل تويت أو النشر على الفيس بوك أو غيرها من مواقع المشاركة التي تشمل أكثر من 20 شبكة اجتماعية.

- أن مقدار التفاعل، حتى وإن تم قياسه بطريقة تكميكية، فإنه سيعطي الهالة الاستخداماتية أكثر من الاهتمام بالمحتوى ونوعيته، وبالتالي إضعاف النقد لدى المستخدم.

- أن التفاعل في هذه المواقع، حتى يرتقي إلى مصاف القيمة ينبغي أن يحلل بطريقة كيفية حول أساليبه والمواضيع التي يتم التفاعل حولها، أي الاتجاه بالظاهرة التفاعلية من المنحى الإحصائي الحسابي الرقمي، إلى المنحى النوعي.

¹ - جمال العيفة، الاتصال الشخصي في عصر الشبكات: ضرورة اجتماعية في عالم متغير، العدد 14، مجلة الاتصال والتنمية، دار النهضة العربية، بيروت، أيلول 2015، ص 82.

- قيمة التفاهم:

شكل موضوع الفهم إشكالا محوريا منذ بداية السجلات الفكرية حول إمكانية التوافق على المعنى المعطى للذوات والأشياء، وفي تحليل الفعل التواصلي عند الشباب المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، وجدنا أن هذه القيمة المتعلقة بالفهم تتجلى في النقاط التالية:

- أن قيمة الفهم، تكمن في الاتفاق النابع من القيم وعدم مخالفتها لها، فالمعنى الذي ينبغي أن يكون بين المستخدمين ينطلق من مصدرية القيمة ولا يخالفها.

- أن الفهم التواصلي في السياق الشبكاتي، تتحكم فيه عوامل التشويش الدلالي والميكانيكي، على حد سواء، وقيمة الفهم تتأثر بالدلالي أكثر من التأثير بالميكانيكي.

- أن الشباب المستخدم يزيل غموضه حول الأشياء والذوات (الأفكار، المواضيع المنشورة...)، من خلال خاصية البحث و إلتماس المعلومات أكثر.

- أن التفاعل المتبادل، بإمكانه إزالة الكثير من الغموض لتحقيق الفهم، خاصة مع توفر خصائص تنويع الرسالة (الفيديو، الصورة، الكتابة...).

- أن الفهم، يتعلق بالخبرة المشتركة بين المستخدمين وقد طرح (ولبر شرام) في نموذج الاتصال مفهوم الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقي كعنصر أساسي في نجاح العملية الاتصالية، فمجال الخبرة المشتركة أو الإطار الدلالي الذي تكلم عنه هو الإطار الكلياني الذي يحكم العملية الاتصالية¹.

¹ - Stewart,J and Carole Logan, together: communicating interpersonally,4edition,New York, 1993,p16.

- قيمة الجدل:

وهذه القيمة، قد تظّهرت أكثر في السلوك التواصلي لدى الشباب ، من خلال النقاط التالية:

- الحضور المتواصل للشباب في هذه المواقع جعله شخصا متابعا للعديد من الجزئيات والتمحيص فيها، وبالتالي أصبح يهتم بأجزاء الموضوع بعدما كانت تصله الأفكار العامة فقط في وسائل الإعلام الأخرى.

- أن الفرد بحكم نشاطه الإنتاجي في هذه المواقع، فهو يقدم فكريا ورأيا لا يجد في الغالب اتفاقا جماعيا بين كل المستخدمين.

- أن الجدل من حيث قيمته، يرتبط بالجدال الأحسن، ونعني بالأحسن في هذا المقام أن الإنسان في مجادلته للفكرة لا مجادلته للشخص، يعمل على تبيين محاسن الشيء المجادل، وإن عاب فيه أمر يقوم بتحسينه، والنص القرآني كان صريحا في هذا المجال.

- أن الشباب رغم زيادة حسه النقدي والمجادلي، إلا انه في الغالب لا يمتلك ثقافة المجادلة أو الالتزام بأخلاقها، خاصة في ظل ضعف تمكنه من قوة الحجة والبرهان.

- أن الشباب لا يميل إلى المجادلة حول المواضيع التي يراها شخصية، بل بالعكس يعمل على امتداحها.

- لقد قدم (هاري ليفنسون) مجموعة من النصائح في السلوك الجدالي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن أن نوردتها في النقاط التالية¹:

1. كن محددًا في بيان الخطأ: إن ما يثبط معنويات الإنسان هو أن يسمع أنه أخطأ في عمل شيء ما دون أن يعرف على وجه التحديد ما هذا الخطأ لكي يعمل على تصحيحه، لذا وجب التحديد المضبوط بأسلوب ودي أين الخطأ فيما يقوله الآخر وأين الصواب.

2. قدم حلا: لا تكتفي ببيان الخطأ، بل يتوجب عليك أن تقدم حلولًا واقتراحات لمعالجته، وإن لم تقم بهذه الخطوة فإنك تترك المتلقي في حيرة من أمره، وفي حالة من الإحباط والمعنويات المنخفضة ودون دافع للقيام بالعمل.

3. قدم النقد في الدردشة الخاصة : يكون النقد أكثر فعالية حين نقوله للشخص المعني بشكل خاص، في الدردشة.

4. كن متعاطفا مع الآخر: قل ما تود قوله بود كبير وتعاطف أكبر حتى لا تجرح مشاعر الآخر.

¹ - Levinson,H,psychology of leadership,Harvard Business review book,2006,p48.

- قيمة التشارك:

تجسيد هذه القيمة، في الفضاء التواصلي لدى الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن نوضحها في النقاط التالية:

- أن التشارك قبل أن يكون سلوكا تواصليا، هو قيمة معنوية يتحسسها الفرد من خلال انتمائه للجماعة المستخدمة.

- أن الجماعة التي ينتمي إليها الفرد تحاول أن تفرض عليه مجموعة من التقاليد والعادات حول طبيعة الاستخدام ومضمونه وكيفيته.

- أن هذه المعايير الجماعية المتفق عليها بطريقة إرادية أو غير إرادية، ينبغي أن تكون مرتبطة بالجانب القيمي، حتى لا يحدث نوع من اللاتواصل بين التشارك والقيمة.

- أن التشاركية في مواقع التواصل الاجتماعي، تتحكم فيها معايير تقنية، واجتماعية، ونفسية.

- أن الشباب يعمل على نقل وضعه الاجتماعي وتشاركيته فيه، إلى الواقع الافتراضي، بغية خلق نوع من الامتداد الوسطي.

- تسهم عمليات التواصل مع الآخرين والأصدقاء، في تعزيز التشاركية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، في إحداث نوع من التوجه نحو التوافق والتطابق مع الأصدقاء Homophily، فأصدقائنا على الشبكة لم يتم اختيارهم بصورة عفوية أو اعتباطية، وإنما هنالك مجموعة من القواسم المشتركة على المستوى الشخصي " الميول، والآراء، والمبادئ، والتوجهات"، والاجتماعي "انتماء إلى مكان، أو طبقة أو فئة"، والتي كان لها تأثير حاسم في اجتماع الأصدقاء مع بعضهم البعض، وترسيخ العلاقات التواصلية معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

- تسهم كل خاصية من هذه الخواص المشتركة في تشكيل النسق البنيوي والسلوكي للشبكة، فتتوسع حافات الشبكة، وتنحسر في ضوء هذه الخصائص، بحسب الخصائص الحاكمة لعلاقتنا بالآخر¹.

- أن الفرد يميل إلى مشاركة النشاطات والسلوكيات والمحتوى، الذي يعتقد بأنه يجد قبولا من طرف الجماعة الشبكية التي ينتمي إليها.

¹ - حسن مظفر الرزو، فضاء التواصل الاجتماعي العربي: جماعته المتخيلة وخطابه المغربي، مرجع سبق ذكره، ص 89.

- قيمة الاختلاف:

إن القيمة الاختلافية، ترتبط من حيث كونها قيمة بمجموعة من النقاط:

- يرتبط البعد القيمي، بالجانب الايجابي للاختلاف، على اعتبار أنه سنة كونية تواصلية، فالأفراد من طبيعتهم أنهم مختلفون، ويعملون على التعبير عن الاختلاف في كل موقف يتناقض مع مكتسباتهم القبلية.

- أن الابتعاد عن قيمة الاختلاف، يكمن في التعبير عنه من خلال الطرق والأساليب التي تنافي القيمة من حيث مصدرها.

- أن الاختلاف عبر شبكات التواصل الاجتماعي حاول أن يرتبط بالجانب السلبي المتبعد عن القيمة من خلال توفير هذه المواقع للخصائص التي تمكن المستخدم من فعل ذلك (إلغاء الصداقة، الحظر، حذف المنشور..)، كتعبير عن الاختلاف، الأمر الذي قد ينعكس عنه قطع العلاقة التواصلية حتى في الواقع المعيش.

- أن التعبير عن الاختلاف قد لا يكون صراحة، فيكون تجاهل ما يُختلف فيه تعبير عن الاختلاف، إلا أنه أقل ضررا وأكثر ارتباطا بالقيمة.

- وفي هذا الإطار يقدم لنا (جيرري ويسنسكي) أسلوبا آخر من أساليب إدارة الخلاف في الرأي ووجهات النظر في المواقف الاتصالية المختلفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويعرف هذا النموذج بنموذج (ديسك) DESC، إذ يشير كل حرف من حروفها باللغة الانجليزية إلى مهارة اتصالية محددة، وذلك كما يلي¹:

1. قم بوصف الموقف الخلافية Describ
2. عبر عن مشاعرك Express
3. حدد ما تريد Specify
4. بين العواقب أو النتائج المترتبة عن الموقف Consequencess

¹ - حلمي ساري، مرجع سبق ذكره، ص 259.

- قيمة التسامح:

من طبيعة القيم الموجودة في الساحة الافتراضية اصطباغها بالتضاد، أو التكامل، ومن يحدد هذا التوصيف الاصطباغي هو المستخدم في حد ذاته، وتتجلى هذه القيمة في النقاط التالية:

- التسامح قيمة يفرضها الارتباط بالقيمة من حيث مصدرها، والتي قد تكون نتيجة البعد عن قيمة الاختلاف أو الجدل.

- أن الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي، لا يعيرون أهمية للارتباط بهذه القيمة.

- الشباب المستخدم مازال يبتعد عن المفهوم الصحيح للقيمة، ولا يزال يعتبرها في الكثير من الأحيان تنازلاً.

- لا يزال الشباب المستخدم يعتقد بأن قيمة التسامح قيمة واقعية ولا يمكن أن تكون افتراضية في الكثير من الأحيان، وما التسامح الذي نلاحظه بين الأطراف المختلفة إلا امتداد لتسامح قبلي سبق حدوثه على مستوى الواقع المعيش.

- تبقى قيمة التسامح قيمة مرنة وفضفاضة ليدخل فيها حتى التسامح مع الديانات الأخرى، والعرقيات، وهذا مجال بحثي يحتاج الكثير من الإجابات العلمية لتحليله، إلا أنه عموماً في مواقع التواصل الاجتماعي الشاب يفترض التعامل بالتسامح إلا إذا حدث طارئ اختلافي.

- أن الابتعاد عن قيمة التسامح، يفقد الصبغة التشاركية ومعاودة الانصياع لمعايير الجماعة المستخدمة، من خلال تعزيز الأنا على حساب الجماعة خاصة إن كان المستخدم هو من أخطأ في حق غيره.

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة التسامح من خلال النقاط التالية¹:

1. من خلال توفير المادة المعرفية، التي تمكن المستخدم من الاطلاع على أخطائه والاعتراف بها، وطلب المسامحة من الآخر.

2. من خلال إفلات المستخدم من سلطة الرقابة الجماعية، خاصة في ظل تعدد الهويات، فقد يتسامح مع بعض الأشخاص بهويات مجهولة.

3. قدرة هذه المواقع في تيسير الحوار والنقاش بصورة حرة ومفتوحة.

¹ - فاضل البدراني، دور الإعلام في تعزيز ثقافة الحوار والتسامح، العدد 21، مجلة الجامعة العراقية، بغداد سبتمبر 2014، ص 18.

- قيمة النفعية:

يسعى المستخدم الشاب إلى تحقيق أكبر قدر من الانتفاع في تواصله، إما لتعزيز رصيده أو إشباعا لحاجاته المختلفة، ويرتبط الانتفاع بالقيمة من حيث مصدرها في النقاط التالية:

- أن الانتفاعية التي ينشدها المستخدم، غالبا ما ترتبط بالوقت الحاضر والآني، لتحدد الموقف الاتصالي والسرعة التوليدية التي يحتاجها المستخدم في هذا الفضاء التواصلي.

- أن الانتفاعية من حيث قيمتها، ينبغي لها أن ترتبط بالجانب القيمي.

- أن انتفاع الشباب بهذه المواقع يمكن تصنيفه للنقاط التالية:

01. انتفاع إدراكية تتعلق بفهم الشاب لذاته وللأشياء.

02. انتفاع عملية استخداماتية تتعلق باكتساب أكبر قدر عن الاستخدام وطبيعته ومعارفه عن بقية المستخدمين.

03. انتفاع يمكن نقلها للواقع المعيش وهي انتفاعات قد تحدث حسب رغبة المستخدم في استحضارها في الموقف الاجتماعي.

- أن الجانب القيمي ينبغي أن يكون حاضرا في كل أشكال الانتفاع التي يحصل عنها المستخدم.

- أن واقع الانتفاع لدى الشباب يرتبط في كبر من الأحيان بالانتفاع البعيد عن القيمة، فيكون ذلك الانتفاع سلوكا يعمل على تحييد القيمة، ومثل ذلك النفعية المتصلة بـ"الجنس"، فالمستخدم يسعى إلى الانتفاع بالعلاقة التواصلية من خلال ابتغائه في أن يقيم علاقة تعامل "شهوي"، يستطيع فيها أن يغير أحوال وجدانه، لذلك، فإنه لا يتكشف للآخر، صورة أو صوتا، إلا لكي يستدرجه إلى طلب المتعة الجنسية كما يطلبها، فحقيقة التكشف أنه دعوة إلى الاستمتاع، فتكون وظيفته الأساسية هي إضفاء الصبغة الجنسية على الصلة بالآخر، وهذا يتفق مع ما يراه أنصار مدرسة التحليل النفسي، وإن كانت أطروحاتهم حاولت تفسير السلوك الإنساني عامة، إلا أنه يتفق مع ما نذهب إليه.

- أن الانتفاع "الجنساني" يحضر بنسبة ملاحظة في استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، وهذا ما طرحه (بوني) في كتابه "تحدي الحياء"، مركزا على آثار العلاقات الإباحية على الشباب، فيبني هذا التحليل على

مسلمة أساسية، وهي أن الحياة الجنسية بالغة التعقيد، إذ يدعي أنها تشتمل على "جنسانيات" خمس وهي: الاندفاعية، الأساسية، المثالية، الذاتية، والجنسانية التناسلية¹.

- قيمة الاستهلاك:

توصف المجتمعات المعاصرة بأنها مجتمعات استهلاكية، خاصة مع تغول النظام الرأسمالي في العقود الأخيرة، الأمر الذي وجه الأفراد إلى تعزيز النزعة الاستهلاكية في كل المجالات، ولا نقصد القيمة الاستهلاكية في جزئها الاقتصادي فقط - وإن كنا لا ننفيه- ، ولكن نذهب إلى أبعد من ذلك من خلال الطبع النهمي الذي يتميز به المستخدم لهذه الشبكات من خلال استهلاك محتويات هذه المواقع، وتتجلى قيمة البعد الاستهلاكي فيما يلي:

- التعبير القيمي للاستهلاك، يرتبط بطبيعة الاستهلاك ونوع الشيء /المضمون المستهلك، والذي يرتبط بالقيمة من حيث مصدرها.

- أن قيمة الاستهلاك لدى الشباب أخذت منعطفا ابتعد عن القيمة، من خلال الاقتراب من الاستهلاك الكمي والابتعاد عن الاستهلاك النوعي، الأمر الذي يقلل ملكة النقد لدى المستخدم ويجعله أكثر سلبية.

- أن الشباب في فعله الاستهلاكي لا يعطي كل جزئية استهلاكية حقها في التوظيف العملي جراء ازدهام المنتجات الاستهلاكية عبر صفحاته وحساباته.

- عدم وجود اتفاق بين المضامين التشريعية واختلاف الفاعلين في هذه الحسابات، يجعل الفرد في فوضى استهلاكية الأمر الذي يؤثر في مدة صلاحية الفكرة المستهلكة، وبالتالي يصبح الاستهلاك عملية آلية خالية من عناصرها الحقيقية.

- شرح جيمسون في دراسته الشهيرة (ما بعد الحداثة والمجتمع الاستهلاكي) التأثيرات الهائلة التي تركتها التحولات الجذرية في البنية الاجتماعية، بعد الحرب العالمية الثانية على الفرد، حيث يشير إلى أن مفهوم الفاعل الفرد قد انتهى. فهو يقول: «كان هناك شيء، كالتميز الفردي والفاعل الفرد، أما اليوم، وفي عصر الرأسمالية المتحدة والبيروقراطية في العمل، وعصر الانفجار السكاني، فلا وجود لذلك الفاعل الفرد البرجوازي القديم الذي كان». لقد أعلنت ما بعد الحداثة موت الإنسان بوصفه ذاتاً عاقلة وفاعلة ومنتجة تتمتع بالوعي الذاتي وبالسيطرة والإرادة. محيت الهوية الفردية أمام القوة الهائلة للاستهلاك في المجتمع ما بعد الحديث، و أصبح الاستهلاك مدعوماً بماكينته إعلانية وإعلامية ضخمة، حتى أن بودريار في كتابه (نظام الأشياء) أصر على أن الاستهلاك أصبح من أهم خصائص النظام الجديد.

¹ - BONNET, Défi a la pudeur, puf, PARIS, p31

ويرى روجيه غارودي أن الاستهلاك أصبح تعويضاً وهمياً عن تلاشي الحياة الواقعية وفوضى التجربة الإنسانية في المجتمع ما بعد الحديث، وتفريغ لما يولده العمل في المجتمع المعاصر من إنهاك جسدي ونفسي شديد¹.

- قيمة المجاملة:

ترتبط المجاملة بالبعد القيمي للتواصل في الجانب الاجتماعي، بمدى تشبع الفرد بقيمه ومدى حرصه على الحفاظ على العلاقات التواصلية ببقية الفاعلين، ويتجسد هذا الربط القيمي في الفضاء الافتراضي على الأوجه التالية:

- أن المجاملة من حيث قيمتها هي وسيلة لتحقيق غاية أسمى تتمثل في الحفاظ على الود والأخوة بين مختلف الفاعلين.

- أن المجاملة من حيث قيمتها تفترض الصدق لوجودها كتعبير ضمني عن صدق الشعور اتجاه الآخر.

- أن المجاملة التي نجدها في استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، يمكن أن نطرحها في الصور التالية:

1. مجاملة المثل: بمعنى أن المستخدم يجامل المستخدم الآخر من باب المعاملة بالمثل (الإعجاب التعليق...).

2. مجاملة الحرص: والتي يسعى المستخدم فيها على حرصه الدائم في متابعة أخبار من يهتم بهم للقيام بمجاملتهم، بغية تحقيق منفعة معينة.

3. مجاملة الصدق: وهي المجاملة التي يسعى المستخدم لتوظيفها بغية الحفاظ على أواصر الصداقة والأخوة، وهي التي ترتبط غالباً بالجانب القيمي.

- المجاملة في مواقع التواصل الاجتماعي، نلاحظ فيها حضور صورتين الأوليتين مقارنة بمجاملة الصدق.

- أن الشباب في مجاملاته يتجه نحو الاختصار، ويسعى دائماً إلى التميز في ذلك.

- في هذا الصدد اعتبرت الباحثة (عصمت حوصو) مديرة مركز النوع الاجتماعي في دراسة أعدتها: "أن النفاق الاجتماعي قد انتقل إلى الوسط الافتراضي، فالمستخدم يتلون بقناع غير القناع الحقيقي المعبر عن هويته، وذلك

للحفاظ على علاقاته الاجتماعية والعمل على نجاحها"².

¹ علي حرب، حديث النهايات: فوحات العولمة ومآزق الهوية، المركز الثقافي العربي، لبنان، 2000، ص25.

² عصمت حوصو، النفاق الاجتماعي في الوسط الافتراضي، دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي الأول للعالم الافتراضي في المجتمع العربي، مركز الديمقراطية للدراسات والأبحاث، مصر، 2015.

- قيمة الارتباط بالدين:

تشكل قيمة الارتباط بالدين الوجه الظاهر للقيمة المرتبطة بالمصدر، من حيث كينونتها في الواقع الافتراضي ليبقى تطبيقها واقعا محل دراسات تهدف إلى مصدرية السلوك الديني من هذه المواقع، وفي الطابع الاستخداماتي لهذه القيمة نجد:

- أن الشباب المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، يعمل على التعرض المستمر بطريقة إرادية أو لا إرادية للمضامين التي تدعم ارتباطه بالمنظومة الدينية.
- أن الشباب يقي ارتباطه بالمنظومة الدينية رمزيا فقط، حسب ما عبرت عنه عينة الدراسة، ويكون التأثير بها لحظيا.
- أن الشباب يتأثر بالمضامين الترهيبية في الجانب الديني أكثر من الترغيبية فيها.
- لا مجال للتشكيك في الأمور العقديّة عند الشباب.
- أن كثرة المنشورات الدينية لا تعكس في الكثير من الأحيان التزام الشباب دينيا في الواقع المعاش.
- أن الارتباط الديني عند الشباب يقي حكرا على السلوكيات الدينية، دون توسع دائرة المفهوم ليشمل جميع مناحي الحياة، الأمر الذي يجعل الشباب يقع في الكثير من المحاذير الأخلاقية.
- هذا الانفصال السلطوي للرمزيات، تكلم عنه (بيار بورديو) في كتابه "الرمز والسلطة"، فهو يبين بأنه لا يمكن للمنظومات الرمزية باعتبارها أدوات للمعرفة والتواصل، أن تمارس سلطة وتفرض البنيات إلا لكونها تتحدد هي كذلك كبنيات، إن السلطة الرمزية هي سلطة بناء الواقع وهي تسعى لإقامة نظام معرفي: فالمعنى المباشر للعالم (والعالم الاجتماعي على الخصوص) يفترض ما يدعوه (دوركاييم) "المحافظة المنطقية" وهي مفهوم متجانس عن الزمان والمكان والعدد والعلّة، ذلك المفهوم الذي يسمح للعقول بأن تتفاهم فيما بينها". يعود الفضل لـ(دوركاييم وراي كلايف براون) فيما بعد الذي يعتبر أن مرد "التضامن الاجتماعي" الاشتراك في ذات المنظومة الرمزية - لكونه أبرز "الوظيفة الاجتماعية" - بالمعنى البنيوي الوظيفي - للرمزية¹.

¹ - بيار بورديو، الرمز والسلطة، تر: عبد السلام بنعبد العالي، دار توبقال للنشر، المغرب، 2007، ص 49.

- قيمة الحفاظ على اللغة:

تعتبر اللغة العربية، من حيث التاريخ قيمة إنسانية لحملها معاني ترتبط بالقيمة، ومن حيث الانتماء تعتبر جزءا هوياتيا لا يمكن الاستغناء عنه لتحقيق التمايز، وتحليلات هذه القيمة في الخطاب الاستخداماتي للشباب كان على الوجه التالي:

- ان الشباب لا يوجد له شك في قيمة اللغة من حيث التاريخ، ويعتبر أحد مقوماته التي يجب المحافظة عليها، لكن يبقى ذلك رمزيا ضمن مجموعة التراث المخزن في ذاكرته الجماعية.

- أن الشباب يحاول قدر الامكان التهرب من استخدام هذه اللغة استخداماتيا في هذا الوسط وهذا نتيجة الأسباب التالية:

01. ضعف التكوين اللغوي لدى الشباب في هذه اللغة.

02. نظرته لهذه اللغة بانها ذات طابع رسمي، وهو ما يتنافى مع نظرته الغالبة لهذه المواقع على أنها ذات طابع تسلوي.

03. أن هذه اللغة لا تلقى رواجاً بين بقية المستخدمين.

- ان الشباب قد كون لغة خاصة به، اتفقوا على العلاقة بين دلالتها ومدلولاتها بطريقة اعتباطية، في الغالب لا يفهما إلا من هم ضمن هذه الفئة.

- يعمل الشباب على خلق امتداد كلامي للدرجة، على اعتبار الامتداد بين الوسطين الافتراضي والواقعي.

- أنه ينبغي التوجه للبحث في استعمالات اللغة بوصفها سلطة رمزية، وبالتالي مشكلة الشروط الاجتماعية لاستخدام الكلمات، لا بد وأن يظل طرح مسألة سلطة الكلمات ونفوذها طرحا ساذجا، فإذا سلمنا بأن اللغة يمكن أن تدرس كموضوع مستقل، وذهبنا مع (دي سوسير) إلى الفصل المطلق بين اللسانيات التي تقتصر على اللغة في باطنها وتلك التي تهتم بما هو خارج عنها، بين علم اللسان وعلم الاستعمالات الاجتماعية للغة، فإننا نحصر أنفسنا في البحث عن قوة الكلمات وسلطتها داخل الكلمات ذاتها، أي بالضبط حيث لا وجود لتلك القوة ولا مكان لتلك السلطة: ذلك أن قدرة العبارات على التبليغ لا يمكن أن توجد في الكلمات ذاتها، تلك الكلمات التي لا تعمل إلا على الإشارة إلى تلك القدرة أو تمثيلها على الأصح¹.

¹ - المرجع نفسه، ص ص 57-58.

- قيمة الحفاظ على العادات والتقاليد:

تجسدت هذه القيمة في السلوكيات الاستخداماتية للشباب من خلال النقاط التالية:

- أن قيمة العادات والتقاليد تكمن في عدم مخالفتها لمصدر القيمة.
- أن هناك بعض العادات والتقاليد التي كرستها الممارسة الاجتماعية، لكن تتنافى ومصدرية القيمة.
- أن العادات والتقاليد في نظر الشباب تبقى محل استهزاء وتحكم، إلا تلك التي ترتبط بالدين.
- أن الشباب في طريقته الاستخداماتية يحاول أن يقوم بعملية التحديث لمجموع العادات والتقاليد مواكبة لتصوراته عن نفسه وعن الأشياء.
- أن العادات والتقاليد في الوسط الافتراضي تعبر عن صورة رمزية، لكن تبقى الممارسة الاجتماعية هي أحد أهم عوامل نجاح السلوك التقليدي والعاداتي، فالمستخدم يقوم بنقل تفاصيل إحياءه لهذه العادات لكن قد يكون ذلك على حساب الممارسة الإحيائية في السياق الاجتماعي.
- يعتبر جزء من الشباب أن استخدامه لهذا الفضاء التواصلي يسمح له بالانفلات من هيمنة الإنتاج الرمزي الثقافي المتمثل في العادات والتقاليد، فعلى عكس التقليد الماركسي الذي يعلي من شأن الوظائف السياسية "للمنظومات الرمزية" وذلك على حساب بنيتها المنطقية ووظيفتها المعرفية - هذا بالرغم من (أنجلز) يتحدث فيما يخص القانون عن التعبير عن النظام- التي تمكن من تفسير الانتاجات الرمزية بردها إلى مصلحة الطبقة السائدة¹، فالشباب المستخدم لهذه الشبكات يرى في مقابل ذلك أن العادات والتقاليد هي منتج جماعي في حوزة الجماعة بكاملها، فنتج الثقافة -العادات والتقاليد- السائدة مفعولها الإيديولوجي بتغليف وظيفة التقسيم وإخفائها تحت قناع وظيفة التواصل، فالثقافة الموحدة "وسيلة التواصل" هي ذاتها الثقافة الفاصلة المقسمة "أداة التمايز" التي تبرر الفوارق بإرغامها مختلف العادات والتقاليد، ليصبح الهروب ليس من العادات والتقاليد التي تفرضها الطبقة السائدة، وإنما هروبا من الكل الجمعي القائم على إنتاج هذه الهيمنة الرمزية.
- انه أصبح بإمكاننا اليوم أن نتحدث عن العادات والتقاليد الخاصة بالاستخدام، فالمستخدمون اليوم لهم مجموعة من العادات والتقاليد في هذا الوسط يسعون للحفاظ عليه، تقترب في بعض الأحيان من العادات والتقاليد الاجتماعية، وتبتعد في أحيان كثيرة عن ذلك لتقترب من خصوصية الوسط الذي تنشط فيه.

¹ - المرجع نفسه، ص50.

- قيمة إحياء التراث:

يعمل الشباب المستخدم على إكتساب قيمة احياء التراث بما يشتمله من تاريخ وتراث مادي ولامادي كجزء من الثقافة الهوياتية الجزائرية، بحسب الأوجه التالية:

- أن قيمة إحياء التراث، بقدر ما هي ارتباط بالمصدر، لكنها كذلك تعبير عن الانتماء والمرجعية المجتمعية.
- أن إحياء التراث لدى الشباب يشكل نوعا من اللاهتام بالنسبة إليه، فهو يسعى جاهدا للتوفيق بين زمن الاستخدام ومعالجة مواضيعه الآنية.
- يقتصر تذكير الشباب بتراثه التاريخي، على ملامح التمرد والرفض التي وجدت في تاريخ الدولة الجزائرية، وهذا ما يتوافق مع خاصية جنوحه للتمرد.
- أن الشباب يتعامل بنوع من اللانسجام بين ما يطرحه من نقد في أن القائمين على النظام الاجتماعي لا يقومون بواجباتهم اتجاه التاريخ، لكن في الوقت نفسه لا يقوم هو بواجبه حيال ذلك.
- أن التراث اللامادي الذي يعبر عنه الشباب في الغالب يرتبط بالغناء ومتابعة المغنيين الحاليين، وهو يتعد كلية عن المجال القيمي لإحياء التراث.
- عندما يتعلق الأمر بإحياء التراث وبالضبط التاريخي، فإن الشباب على الرغم من عدم تخصيص مساحة نشرية وتواصلية لذلك، إلا أنه يعتز بهذا الموروث.
- أن التراث يعتبر أحد السلطات الرمزية فينظر التقليد الكنطي الجديد (هومبليت - كاسيرر، أو كما هو في شكله الامريكى عند ساير-ووف فيما يتعلق بالتراث) إلى مختلف العوالم الرمزية، من أسطورة وتاريخ وفن كأدوات للمعرفة لبناء عالم الموضوعات وتركيبها، أي "كأشكال رمزية" معترفا، كما يقول (ماركس) في أطروحته حول (فيورباخ) "بالمظهر الفعال للمعرفة"، لا يجيد (بانوفسكي) عن هذا المنحى، وإن كان مرماه تاريخيا فهو يفهم المنظور كشكل تاريخي دون أن يذهب، بالرغم من ذلك، إلى إعادة بناء الشروط الاجتماعية لإنتاجه¹.

¹ - المرجع نفسه، ص48.

- قيمة التنافسية:

لقد ازداد الشباب تنافسية، من خلال استخدامه المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي، لترتبط التنافسية باعتبارها قيمة بالنقاط التالية:

- أن الشباب قد اكتسب أشكالاً جديدة للتنافسية، غير التي كانت يعرفها في الواقع المعيش ارتبطت أساساً (بكثافة المتابعة، عدد الأصدقاء، نسبة المشاركة، عدد الإعجابات والتعليقات...).
- أن المنافسة لدى الشباب تظهت بشكل كمي، ولا يهتم الشباب في ذلك بطرح المحتوى التنافسي بنوعيته ومدى القيمة التي سيضيفها للآخر.
- ارتبطت التنافسية من خلال الاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي، في نشر تفاصيل حياة المستخدم والتنافس بالمظاهر حتى تحولت بعض التصرفات إلى غلو في امتداح النفس وتحقير الآخر.
- أن الشباب يسعى من خلال هذه المواقع، أن يجد شركاؤه في القدرات - مهما كان نوعها- حتى يتحقق من تراتبيته ضمن التراتب التنافسي في المجال الذي يريده.
- أن التنافسية في كثير من الأحيان تدفع بصاحبها إلى الوقوع في الخطأ نتيجة عدم أخذ الوقت الكافي للتأكد.
- بعض الشباب قد استغل المجال التنافسي في طابعه الاقتصادي، من خلال البيع والشراء عبر هذه الشبكات.
- أن التنافسية كانت في بعض الأحيان حتى في الالتزام بالأمر القيمي، لكن وفق أهداف تفاخرية في الغالب.
- أن القدرة التي أعطتها هذه المواقع لمستخدميها في تحقيق الذاتية، انجر عنها التنافس الذي قد يأخذ أشكالاً صراعية في النهاية، الأمر الذي يدفع بالمستخدم للانزلاق وراء تلك التفاصيل الفارغة والخروج عن الهدف الأسمى للممارسة الاتصالية المرتبطة بمصدرية القيم.
- أن هذا لا ينفي وجود التنافس في الشق الايجابي خاصة في المجال الابداعي، الذي يدخل في اهتمامات الشباب.
- أن التنافس بين الثقافات يبدو غير واضح في الممارسة الاتصالية للمستخدمين الشباب، على أسس أن ذلك لم يطرح داخل دائرة اهتمامهم، وان حصل ذلك فالتنافس الثقافي توصلها يحتاج للعديد من الآليات لأنه يخرج من دائرة الفرد إلى الجماعة¹.

¹ - غاليوم محمد، رهان التنافسية والمجتمع المغربي: من أجل منافسة آتية، الدار المغربية للنشر والتوزيع، المغرب، 2011، ص14.

- قيمة التعددية:

تشكل الهوية في الفضاء التواصلي من خلال المساحة المسموحة لتعدد هويات المستخدم، وبالتالي يصبح التعدد من حيث الجانب القيمي يحمل المعاني التالية:

- أن المقصود بتعددية الهوية قيميا، اعتبار التعدد وسيلة لتنفيذ غاية، وبالتالي يصبح ارتباط الغاية بالقيمة مهما في تحديد المعاني القيمية.
- أن التعدد الهوياتي لدى الشباب، يضرب مصداقية هويتهم الأمر الذي يجعل هذا التعدد خطرا على الائتمانية الافتراضية التي وحب أن تكون في بناء أي مجتمع.
- أن الارتباط الغائي بالتعدد في الغالب عند الشباب، يتمثل في غايات تبتعد عن القيمة.
- إن مواقع التواصل الاجتماعي فتت الرسالة الاتصالية وخلقت جماهير افتراضية غير متجانسة ذات هويات افتراضية متخيلة، فأغلب الأشخاص الموجودون على هذه المواقع يستخدمون أسماء وهويات مستعارة ولا يكشفون عن حقيقتهم، فهذا التعدد الهوياتي يمكنهم من الدخول إلى أي حساب يريدونه بكل حرية، دون أن يتعرف عليهم أحد، فحجب الهوية الحقيقية يمكنهم من القفز على محرمات الهوية الاجتماعية، فيمكنه بذلك الدخول إلى الحسابات غير الأخلاقية أو المواقع التي تثير الشبهات ومتابعة مضامينها دون أن يتعرف عليه أحد"¹.

¹ - يامن بودهان، تحولات الإعلام المعاصر، دار البازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص17.

- قيمة رفض السلطة:

من ملامح الحرية التي تضمنها هذه المواقع لمستخدميها الشباب، اكتسابهم لقيمة رفض السلطة كنوع من التحرر الذاتي عن الآخر، وإبراز الشخصية المبنية عن الإرادة المحضة، وتتجلى هذه القيمة في النقاط التالية:

- رفض السلطة من حيث قيمتها، تستوجب أن يكون الرفض بغرض الارتباط بالقيمة.
- أن مفهوم السلطة، يفتح المجال أمام المؤسسات الرمزية السابقة الذكر (الدين، اللغة..)، وكذلك للشكل التقليدي للسلطة المتمثل في القوانين...
- السلطة التي يرفضها الشباب في الغالب هي السلطة الرمزية، حيث يحس بأنه أصبح أكثر تحمرا بعد استخدامه لهذه المواقع.
- يعبر بعض الشباب من جهة أخرى عن رفضه للسلطة والنظام القائم، كنوع من نقل الحرية الاستخداماتية الافتراضية للواقع.
- تشهد التجربة في العالم العربي أن الشباب قد نقل هذه القيمة إلى الواقع المعيش، مثلما حدث في بعض الدول العربية، من خلال تعبيره عن رفض السلطة القائمة الأمر الذي ساعده في إحداث العديد من التغييرات على مستوى الأنظمة - خاصة في بداية هذه التحولات-.
- ينبغي الإشارة أن التملص من السلطة كنوع من التحرر، هو شكل ظاهري فقط، فأصحاب هذه المواقع يحكمون قبضتهم جيدا في تفاصيل كل ما ينشر عبر هذه الشبكات، وحتى الأنظمة السياسية لا تدخر إطلاقا جهدا في ذلك .
- السلطة الرمزية، والتقنية، والنظامية، تشكل أنواعا للسلطات الموجودة في هذا الوسط، هذه السلطات لم تعد تماثلية، وإنما أضحت رقمية، ولا متفرقة، وإنما مترابطة، ولا مكبرة، وإنما مصغرة، كل ذلك سهل تشكيل المزيد من الأشياء وتوحيد المحتويات وربطها فيما بينها كما حسن قدرات التحليل والتعرف، موسعا سلطان التسلط لهذه الآليات التكنولوجية.
- قد اهتم الفيلسوف المعلوماتي الفرنسي (جان غبرائيل غانسيا) في كتابه: "الرؤية والسلطة: من يراقبنا؟" بـ"المراقبة المحيطة بالعالم"، وحددها بكونها، إجمالا، نظرا من طرف أعلى إلى طرف أدنى، واعتبر أن "الراقوب المحيط" الذي صممه (بنتام) يختص على وجه التبيين، بهذه المراقبة العمودية، إذ أن الرقيب المحصن في برج مشرف على وسطه يرى السجن، والسجين لا يراه، ولئن كان "راقوب" (بنتام) قد صمم في الأصل لمراقبة الأفراد، فإن (غانسيا) يرى أن طرق التتبع اليوم في مراقبة العالم باتت تتخذ صورة هذا الراقوب المحيط،

غير أنه يعتقد أن هذه المراقبة العمودية لن يستمر نفوذها طويلا، إذ أخذت في الانحسار، تاركة مكانها لمراقبة تضادها، وهي " المراقبة الأفقية" فيتوجب أن نستبدل، براقوب (بنتام) الفوقي، راقوبا مضادا سماه " كاتوبتيكون" واشتق هذا الاسم من لفظين يونانيين هما "cata" وتفيد "تحت"، و"أبتيون" وتعني "بصري"، ويمكن أن نضع له بالمقابل العربي التالي: "الراقوب التحتي المحيط بالعالم" ولا يخفى أن، في هذا الاستبدال، انتقالا من الصيغة المؤسسية للراقوب التي تتجلى في عمل المنشآت العامة والخاصة إلى صيغته الشخصية التي تتحدد بالعلاقات الشبكية بين الأفراد¹.

- قيمة رفض التمثيل والإنابة:

تجلت قيمة رفض التمثيل والإنابة، في السلوك الاستخداماتي للشباب المدروس في هذه الدراسة وفق النقاط التالية:

- أن قيمة رفض التمثيل والإنابة، تنطلق من أهلية الشاب في اتخاذ القرارات وإحساسه الكامل بثقته بنفسه، والتي تعتبر امتدادا للارتباط بالقيمة المصدرية.

- أن قيمة رفض التمثيل والإنابة تنطلق من أن الشاب في استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي، يعتبر نفسه ذا رأي فردي مستقل عن الآخر رافضا كل تكلم باسمه أو تبني لسلوكياته وأقواله.

- أن الشباب من خلال اكتسابه لهذه القيمة يسعى لتعزيز ثقته بنفسه، والخروج بها من دائرة اللامسؤولية إلى دائرة المسؤولية من خلال تحمل عواقب قراراته.

- أن المعطى القيمي، يتجلى في طبيعة الارتباط بين شكل الرفض التمثيلي والانابي، ومحتواه، حيث ترتبط سلبيته وإيجابيته بالبعد أو القرب من القيمة.

- أن الشباب في شبكات التواصل الاجتماعي، يحاول أن ينسب إليه الكثير من الآراء والأفكار التي يُعجب بها، لكن دون إشارة لمصدرها، كخطوة نحو تعزيز ذاته في هذا الوسط الافتراضي.

- أن الشباب في اكتسابه لهذه القيمة، يحاول أن يعزز مجال حريته، من خلال الانفلات من قيود التمثيل والإنابة.

- يحس الشاب في مواقع التواصل الاجتماعي أن حساباته الشخصية، مساحة شخصية تعبر عن آراءه ولا يحتاج فيها للآخر للتعبير عن ذلك.

¹ - Jean-gabriel Ganascia, voir et pouvoir, qui nous surveille, le pommier, paris, 2009, p39.

- يقترب الرفض التمثيلي والنيابي، مع الرغبة الجارحة للشباب في محاولة فرض نفسه داخل الواقع المعيش، لعرض أفكاره وطرحها كبدائل خاصة على حساب أفكار الآخرين.

- يفسر بعض الباحثين، أن رفض الشباب للتمثيل والإنابة انطلق من الواقع المعيش للواقع الافتراضي، ليتشكل الامتداد الدائري والتداخل بينهما فعلا تاريخيا للحظة معينة، ويذهب في التليل على ذلك عزوف الشباب في الانتخابات التي تسعى إلى تمثيله، رافضا كل إنائية عن رأيه¹.

- قيمة الإبداع والتميز:

أحد الإفرازات القيمة لمجال الحرية، هو اكتساب الشاب لقيمة الإبداع والتميز كقيمة تتجلى في طبعه الاستخداماتي وفقا للصور التالية:

- أن الارتباط بين الإبداع والتميز، يكون في الغالب قيما لدى الشباب من خلال إحساسهم بأن ذلك الإبداع يعبر بطريقة مباشرة عن شخصيتهم، وليس نقلا لإبداع الآخرين.

- أن الإبداع من حيث هو قيمة، يسعى الشاب من خلاله إلى التعريف بهويته وبالطاقات التي يمتلكها، ليعمل جاهدا على كشفها لبقية المستخدمين.

- لا يمكن الفصل إطلاقا بين التميز والإبداع، فالإبداع يخلق التميز بين المستخدمين، ولذلك يستغل الشباب هذه المواقع لتحقيق التميز وإعطاء كفاءة رمزية لذاتيه في ظل غياب وسائل ذلك في الواقع المعيش.

- بعض الشباب لا يكتفي بالتعريف بأبداعته فقط، بل تعتبر تلك الإبداعات مصدرا للتعلم لدى بقية المستخدمين، والتي ذهبت لأبعد من ذلك في تحصيل عوائد مالية جراء ذلك، والتي يعتبرها الشاب كمكافأة نظير إبداعه.

- الزخم الإبداعي الموجود في هذه المواقع من حيث الكثرة والتنوع، تجعل رهان الإبداع والتقليد مطروحا من خلال مصداقية المحسوس المبدع .

- أن مواقع التواصل الاجتماعي، ساعدت الكثير من الشباب في طرح إبداعاتهم على الجمهور، الأمر الذي جعل مقاصد هذا الطرح تتلخص في مقصد إعجابي، ومقصد تجاري لدى بعضهم.

¹ - علي أحمد هاشم، الشباب والمشاركة السياسية: دراسة في التحولات، دار الفكر العربي، مصر، 2011، ص 19.

- يغلب على الإبداع من حيث المضمون لدى الشباب المدروس الإبداع التقني، ويعتبر هذا النوع من الإبداع جديدا نوعا، مقارنة بالإبداعات في المجالات المختلفة (الإبداع في البرمجيات، التصميم، الإخراج الفني...)، وهذا تمكن هذه الفئة في التقنيات التكنولوجية "الجيل الرقمي".

- أن الإبداع والتميز يلخص، غريزة نفسية في سعي الفرد للتعريف بنفسه مستغلا الرمزيات المتكشفة، لأكبر قدر من الجمهور، من باب استنفاد كل الطرق التواصلية للتعريف بإبداعه، لكن هذا السعي يصادف في الكثير من الأحيان بالاصطدامية في الواقع المعيش، الأمر الذي يجعل الشباب أكثر استخداما لهذه المواقع، هروبا من العوائق المجتمعية¹.

- قيمة التحكم:

يسعى الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي أن يكون أكثر تحكما في الآراء والسلوكيات التي تنتج في هذا الوسط هذا من جهة، كما يسعى للتحكم في الآخر عبر الحد من حريته من خلال التجسس والقرصنة من جهة أخرى، وتتجلى مظاهر القيمة في هذا الارتباط بالمعنى التحكمي في النقاط التالية:

- يرتبط التحكم بالقيمة في المجال الذاتي، من خلال قدرة الفرد على ضبط سلوكياته الاستخداماتية في هذا الوسط وفق ما يتوافق مع القيمة المرتبطة بالمصدر.
- يرتبط التحكم بالقيمة في المجال الجماعي، من خلال حرص المستخدم على توجيه بقية المستخدمين إلى الاستغلال الأمثل لهذا الفضاء وفق ما يرتبط بالقيمة.
- الشباب في استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي، في كثير من الأحيان يفقد السيطرة على ذاته (الاستغراق في وقت الاستخدام، الدخول في بعض العلاقات المحظورة...).
- الشباب في استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي، في كثير من الأحيان يعزز قيمة التحكم في الآخر حتى يفرض عليه سطوته ويقوم باستغلال أسرارهم (التجسس).
- الشباب المستخدم يظن بأنه حر، ومنفك عن التحكم، فيقوم هو بالتحكم في الآخر، وهو غير مدرك بأنه محكوم هو كذلك في هذا الوسط الافتراضي.
- من أمثلة التحكم في المستخدم، التحكم الخاص بالتجسس الاقتصادي وتحويل المستهلك، وذلك من خلال: تزيين العمل التجاري، رفع مستوى الاستهلاك، بث روح الاستمتاع.

¹ - أحمد عزت علي، الإبداع الافتراضي، العدد: 14، مجلة رؤى ثقافية، الكويت، أيلول 2016، ص 87.

- ومن أمثلة التحكم في المستخدم نجد التحكم الخاص بالتجسس الأمني وتمكين السلطة، ويأخذ هذا التحكم مظاهر لا أخلاقية يمكن أن نذكر بعضها: إخفاء الأهداف الحقيقية، ممارسة التخويف، تجريم المواطنين، إحداث الفرقة.

- التحكم كنية في التواصل، يصرف الأهداف المعلنة عنها لهذه التواصل الافتراضي، إلى أهداف أخرى تلتبس بها، فقد نحصر الأهداف التي لا يفتأ يصرح بها المستعملون لهذه الشبكات، في أهداف معرفية ثلاثة أساسية، وهي " جلب اعتراف الآخر"، و"طلب التعارف"، و"طلب تبادل المعرفة"، فإذا صح أن المتحكم بوجه عام، يعتبر أن التحكم هو الطريق الموصل للمعرفة، صح معه أيضا ان المتحكم الشخصي، بوجه خاص، يستبدل بالصيغة المعرفية لهذه الأهداف صبغة تحكيمية، مبتغيا من ورائها تغليب رأيه وتتبع الآخر له، وهكذا، يصير "جلب اعتراف الآخر" عنده، عبارة عن "اعترافه بقدرته التحكيمية فيه" وطلب التعارف عبارة عن طلب لبسط التحكم، وطلب تبادل المعرفة "تبادل لأدوار التحكم في هذا الوسط"¹.

- قيمة الرقابة:

تتجلى قيمة الرقابة، من حيث التجسيديات السلوكية الاتصالية في مواقع التواصل الاجتماعي، بناء على مجموعة من الأطر الارتباطية، نوجز ذكرها على النحو التالي:

- أن الرقابة من حيث القيمة، تعني أن المستخدم الشاب يقوم بفعل رقابة ذاتية على كل تصرفاته ونتاجاته التواصلية في هذه المواقع.

- كما أن الارتباط بالقيمة المصدرية، يعني أن الشاب المستخدم يبقى في حالة ترقب، لكل ما يهدد خصوصياته القيمية ضمن هذا الوسط.

- إلا أن الأمر الحاصل، أن الرقابة لدى الشباب المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، تحمل معاني "التسرب" و "الترصّد" و "التكشّف".

- فالتسرب هو أن المستخدم يتسرب لبعض الحسابات والمجموعات التي يرفض أصحابها أن يقيموا معه علاقات، أو يدخلوه كجزء ضمن بناءها الاجتماعي، فيعمل المتسرب على إخفاء هويته الحقيقية، بغية تحقيق رغبته في الرقابة على ما ينشر وما يتم انتاجه في هذه المواقع.

- أما الترصّد فيكون لدى فئة معينة من الشباب الذي يتقنون القرصنة، فيقومون بقرصنة مختلف الحسابات بطريقة سرية حتى يراقبوا كل تفاعلات أصحابها وما ينشرونه.

¹ - طه عبد الرحمان، دين الحياء: التحديات الأخلاقية لثورة الاعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص182.

- وأخيرا يتجسد التكشف في المجال الرقابي من خلال الرقابة على الأمور الخاصة، والتي تعتبر سرا مهما لدى المستخدم الآخر لا يمكنه ان يطلع عليه أحدا.
- كل معاني الرقابة السابقة، يستخدمها المستخدم الشاب، بطريقة غير أخلاقية.
- يسعى الفرد إلى تطبيق الرقابة على ذاته، وذلك من خلال قياس مدى "نجوميته" عند الآخر.
- أن الرقابة، تدخل في قيم المجتمع الحديث، الذي امتزج العلم فيه بالتقنية، يتحكم فيه كما يشاء، ويوجهه إلى حيث شاء، فاتحا عهدا جديدا هو ما سمي بـ "حضارة النظر"، أي حضارة تراقب فيها العين كل شيء، جله ودقه، بدءا بأبعد نجمة وانتهاء بأدق خلية، أي حضارة تتأسس، بحسب تعبير أحد الدارسين على " العين المطلقة"¹.

- قيمة حب الذات:

تتجسد قيمة حب الذات، كسلوك اتصالي لدى الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي على النحو التالي:

- حب الذات، من حيث الجانب القيمي ينبغي ان يقترن بحب الجماعة وتغليبها على حب الأنا، وعليه فالفرد يبقى دائما في جهد متواصل بين حب الذات وحب الجماعة، والمرء يحب ذاته إذا كانت على الأمر المحبب عند الجماعة وفقا للقيمة المرتبطة بالمصدر.
- إلا أن الحاصل، أن المستخدمين الشباب قد اكتسبوا هذه القيمة في الاتجاه الذي يتعد عن المصدر.
- يرتبط حب الذات، بمسألة الوجودية، وإبراز الذات هو خروج إلى "الظاهر"، وقد أطلق على هذا الخروج اسم "الظهور"، ليصبح حب الظهور والوجود في مجتمع الشبكات، ركنين متلازمين، إذ يتعين على كل مستخدم أن يتكشف وينظر إليه، حتى يعتبر موجودا، وما لم يتكشف وينظر إليه، فلا سبيل إلى اعتباره كذلك، إذا فالوجود في التكشف والعدم في التستر.
- تعلق المستخدم بصورته، يقول في هذا الصدد (كريستوفر لاش) صاحب كتاب "ثقافة النرجسية": "إننا نحيا في دوامة من الصور والأصداء توقف التجربة وتعيد تصويرها ببطء، فالكاميرات وآلات التسجيل لا تكتفي بنقل التجربة، بل إنها تغير وجهها، جاعلة جزءا كبيرا من الحياة الحديثة أشبه بغرفة صدى كبيرة أو قصر من المرايا، لقد أضحت الحياة عبارة عن سلسلة متوالية من الصور أو الإشارات الالكترونية"².

¹ - WAJCMAN, L'œil absolu, denoel, France, 2010, p87.

² - LASCH, ch, la culture du narcissisme, climats, paris, 2000, p19.

- تعلق المستخدم بجسمه، ذلك أن المستخدم يتجلى في تعلقه بجسمه، فيصير إلى الانسلاخ من السلطة التي تربطه بأسرته، ومن التراث الذي يربطه بمجمعه، ومن التاريخ الذي يربطه بأصله، وعندما تضمحل صلاته بهذه الأركان الثلاثة التي تنهض بتأسيس وبناء الفضاء الاجتماعي، وهي: "سلطة الأسرة" و"تراث المجتمع" و"تاريخ الأصل"، بل تنقطع بوجه من الوجوه، فلا تبقى بين يديه إلا صلته الآنية بجسمه، وهنا كما يقول (أوبرت): "فيصير الجسم، في تجربته النفسية والاجتماعية، بمنزلة القيمة العليا التي يتعين عليه أن يسعى إلى التحقق بها، بل بمنزلة "الخير الأسمى" الذي ينبغي أن يرتقي إليه باكتساب خصال محمودة تناسبه، مستبدلا بفضائل النفس 'فضائل الجسم'¹، ومن هنا جاء استخدام الشباب للأنشطة الرياضية والوسائل العلاجية التي تحفظ للجسم نضارته وصلابته، إذ لا أحب إليه من الجمال، ناهيك عن الشهرة.

- قيمة الملكية:

تتجلى قيمة الملكية في الطرح الاستخداماتي للشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي، من خلال المظاهر التملكية التالية:

- أن الملكية من حيث الطرح القيمي، نقصد بها جانبيين، يتعلق الأول بطبيعة التملك والتي تقتضي الحفاظ على ما هو مملوك فعلا دون تعدي لخصوصيات ملكية أخرى، أما الثاني فيتعلق بطبيعة الشيء المملوك ومدى ارتباطه بالقيمة.

- أن الملكية من حيث طبيعة التملك في استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، هي ملك وهمي، فبالرغم من قدرته على فتح حساب في أي موقع له من مواقع التواصل الاجتماعي، كنوع من التملك، إلا أنه يضل ملكا خائليا ينأى عن الحقيقة، ففي أي لحظة قد يتعرض للتلف، وبالتالي هي ملك وهمي ضمن ملك حقيقي لأصحاب هذه المواقع، فيصير الشاب المستخدم من مالك إلى متملك.

- أن الملكية من حيث طبيعتها كذلك، هي ملكية تعددية فقد يستطيع المستخدم امتلاك عدد لا يحصى من الحسابات في هذه المواقع، خاصة مع تعدد الهويات المستخدمة.

- أما من حيث طبيعة الشيء المملوك ومدى ارتباطه بالقيمة، أن المستخدم يريد أن يستمتع بالمصورات في هذا الفضاء من محتويات لا بمطلق النظر إليها، وإنما بنظر مخصوص، وهو أن ينظر إلى المصورات عن قرب، لا عن بعد، ذلك لأن علاقته بها ليست، كما هي علاقة الناظر العادي بها، علاقة تطلع، بل علاقة تقرب، فينزح المحتوى إلى كونه

¹ - Aubert,N,et Haroche,C, les tyrannies de la visibilité,éros,Toulous,2011,p65.

ذاتيا تقريبا تملكيا أكثر من كونه تشاركيا، ويبقى هذا الربط التملكي في الكثير من الأحيان في علاقة تصويرية غير أخلاقية لا تمت صلة بالقيمة.

- أن التملك البصري للمحتوى الموجود في هذه الشبكات يستطيع أن يكون لمسيا، واللمسية تقتضي التملكية، فبديهي أن هذا اللمس لا يقوم في أن يدي المستخدم بصره، كأقصى ما يكون الدنو، من المضامين المعروضة في هذه الشبكات، حتى يلصقه بها، لأن من شأن هذا الإلصاق أن يقصر النظر، لا أن يعديه، وإنما يقوم اللمس المطلوب في أن يجعل المستخدم بصره يتصف بالصفات التي اختصت بها يده كمسها لما وصلت إليه، بحيث يصير بصرا يمس المحتوى كما تمس يده الأشياء المصورة، وفي اللغة العربية نجد صيغا متعددة تصف العين بما توصف به اليد، "أدركه بصره"، "مد بصره"، "ألقى ببصره إليه..."، وقد وقف بعض دارسي الفن عن هذه الصلة بين العين واليد في أعمال الرسامين، فالباحث الفرنسي "جيل دولوز"، متأثرا بمؤرخ الفن النمساوي "ألويس ريغل"، فرق في كتابه "منطق الإحساس"، بين وجوه أربعة أساسية لهذه الصلة، أحدها الوجه اليدوي ويعني أن اليد مستقلة تماما عن العين، والثاني الوجه الرقمي ويعني أن اليد تابعة كلياً للعين منشئة فضاءاً بصريا مثاليا، والثالث الوجه اللمسي ويفيد أن تبعية اليد للعين لا تمنع من وجود عناصر يدوية افتراضية، والرابع الوجه المسي ويفيد أن اللمس إمكان إدراكي للعين يختلف عن إدراكها البصري، ويعرفه بقوله: "نستعمل وصف المسي كلما لم تعد هناك تبعية مشددة في هذا الاتجاه أو في ذلك، ولا تبعية مخففة أو ارتباط افتراضي، أي عندما يكتشف البصر نفسه وظيفة لمسية تخصه، ولا تنسب إلا إليه، ووظيفة متميزة عن وظيفته البصرية"¹.

- قيمة المصادقية:

تتعلق المصادقية من حيث كينونتها في هذه المواقع من خلال مضمون استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، والتي تتعلق بالنقاط التالية:

- أن المصادقية في قيمتها، تعني أن الشباب المستخدم يكون صادقا في نقل المعلومات الخاصة بهويته هذا من جهة، وصادقا في المحتوى الذي يقوم بنشره وفي تفاعلاته مع الآخر من جهة أخرى.

- أن واقع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، من جانب صدق المعلومات الخاصة بهويته نحوه يتعد عن ذلك في الكثير من الأحيان، هذا إن لم يقيم بإخفائها تماما عن بقية المستخدمين.

¹ - Gilles Deleuze , francis bacon, logique de la sensation, edition de la différence, france, p99.

- أن المصداقية هنا ترتبط ارتباطا وثيقا بمدى مصداقية الهوية المعبر عنها، وهنا قد يقر البعض "بأن استعارة أسماء أخرى وهويات غير هوياتهم، ستكون نافية لنفسياتهم، لأن نسبتهم إليها تفضل مجهولة"، لكن هذا الأمر يسوده الكثير من اللبس فاستعارة الهوية لا تخرج الهوية الحقيقية عن وصفها، وإنما تؤكد هذا الوصف، ذلك أن المقصود باستعارة المستخدم لهوية من الهويات، هو على التعيين، تنكير ذاته، لا تنكير هويته الحقيقية، ومهما تكون الأسباب التي هي من وراء هذا التنكير، يبقى أن التنكير أدل على وجود الهوية الحقيقية من التعريف، فلولا أن المستخدم يدرك أنه يكشف ما لا يطاق كشفه، بل ما لا يجب كشفه، ما لجأ إلى الاسم المستعار، فتستر ذاته وراء هذا الاسم إنما يرجع إلى رفع الستار عن هويته الحقيقية.

- أن تعدد الهويات المستعارة ترسيخ للهوية الحقيقية، معلوم أن المستخدم قد يتخذ لنفسه أكثر من اسم مستعار، متمصا لهويات مختلفة، ومتلبسا بأوصاف وأفعال تختلف باختلافها، ناطقة بتشعب هويته الحقيقية، ولولا أن المستخدم يشعر بالحاجة إلى كشف جوانب من هويته الحقيقية، متابينة صفة ومتفاوتة رتبة، معتقدا أن هذه الجوانب أخفى وأغنى من أن تستوعبها هوية واحدة، وإلا فلا أقل من أنها تقبل التوزيع على هويات مختلفة، ما كان ليتستر على نفسه بجملة من الأسماء المنتحلة.

- أن المصداقية الذاتية أكبر رهان يتجسد في الممارسة الاستخداماتية لدى الشباب، فالشباب يسعى إلى تقمص العديد من الهويات في هذا الوسط، الأمر الذي يجعله في حالة اللاصق مع نفسه من خلال العمل على التعايش مع الهوية المفترضة.

- أن مصداقية التفاعلات والمنشورات، تختلف حسب طبيعة المستخدم، ونظرتة لهذا الوسط بين الجدية والهزلية، وكذلك حسب الشخص المخاطب في التفاعل، والشخص المتعرض للمنشور.

- أن المصداقية في هذه المواقع، قد تأخذ شكل "الإسرار"، فالمستخدم يقوم باطلاع بعض المستخدمين نشرا أو تفاعلا ببعض أسراره، تقويما لحياته الداخلية بما يجعل علاقته بهذه الأسرار تتغير، تبينا لها وتمكنا منها، فيكون الداعي إلى هذا الإسرار هو حاجة نفسية أو خلقية، إذ يجد المستخدم رغبة في التواصل مع غيره بصدد عالمه الداخلي، على اعتبار أن هذا الغير يشاركه نسق القيم الذي يهتدي به في حياته، وقد عرف أحد باحثي التحليل النفسي الإسرار بقوله: "الحركة التي تدفع كل واحد من الناس إلى أن يعرض - على سواه - جزءا من حياته الباطنة، سواء كان جسميا أو نفسيا"¹.

¹ - Serge Tisseron, "l'intimité surexposée, ramasay, paris, 2001, p52.

- قيمة الثقة:

لكن كانت المصدقية تتعلق بالذات المستخدمة، فإن الثقة تتعلق بذات المستخدم الآخر، أي كيف ينظر المستخدم للمستخدم الآخر، وبالتالي تصبح المصدقية مفهوما إنتاجيا، بينما الثقة هي مفهوم تمثلي، وتنطلق قيمة الثقة في الإطار الاستخداماتي وفقا للنقاط التالي:

- أن الثقة من حيث قيمتها، تقتضي وجود عدم الشك في الآخر المستخدم وبالتالي التصرف بموثوقية معه، في كل انتاجاته التفاعلية والنشوية، بطريقة ائتمانية.

- أن الثقة من حيث المعطى القيمي، أشد ارتباطا بقيمة الأمانة، فيصبح الآخر لدى الذات المستخدم ائتمانيا ومصدرا للتصور عن الذات والأشياء.

- القاعدة المقررة أن الإنسان مؤتمن على ما يدعيه مما هو في ملكه، وهل يملك الإنسان شيئا أكثر من هويته؟؟؟، فلن جاز ائتمان الإنسان على ما يدعي نسبته إليه مما هو تحت يده، فلأن يجوز أن يؤتمن على هويته أولى، وبما أن الهوية شكية الطبع في هذا الوسط، تبقى الثقة مفقودة بين مستخدمي هذه المواقع في العديد من المحطات.

- ان الميثاقية بين المستخدمين، تعني وجود ميثاق ضمني معنوي، تفرزه الممارسة الاستخداماتية، لكن هذه الأخير نتيجة التسارع في طرح بنودها، وعدم مصدريتها في الكثير من الأحيان، تجعل المستخدم يستند إلى معايير تبتعد عن الثقة في الأصل.

- أن الثقة، بين المستخدمين الشباب، تتأثر بمجموعة من الأمور الشكلية المقدمة للمضمون خاصة التأثير بالقوالب التقنية التي تقدم فيها الرسالة، وقد عولجت إشكالية تأثر الرسالة بالعامل التقني ومدى تأثير ذلك على الموثوقية في المصدر، في شبكات التواصل الاجتماعي، لدى العديد من الباحثين ليجدوا بأن هنالك ربطا بين الثقة التي يوليها مستخدمو هذه المواقع للشكل المقدم أكثر من المحتوى في حد ذاته¹.

- قيمة السرية:

تطبع على الممارسة الاستخداماتية للشباب مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، السرية في بعض الأحيان كشكل من الخصوصية وعدم معرفة الآخر لكل سلوكياته في هذا الوسط، وتتجلى المجالات القيمية والاستخداماتية على النحو التالي:

¹ - شريف أحمد النجا، شبكات التواصل الاجتماعي : الميثاقية بين الجهولين، العدد16، مجلة روافد الفكر والثقافة، البحرين، سبتمبر 2015، ص 24.

- السرية من حيث قيمتها، هي أن المستخدم يتستر على الأمور التي تدعو القيمة المرتبطة بالمصدر إلى عدم البوح بها في هذا الوسط التكتفي، حرصا على عدم كشفه للآخر، فالأصل في الإنسان أنه إنسان مستور غير مكشوف.
- الحال أنه لا وجود للتستر بغير وجود سر أو أسرار يخفيها، وإذا كان الأمر كذلك، لزم أن يكون للمستخدم من الأسرار بقدر ما يكون له من الأستار، فيدخل السر في تحديد هويته دخول الستر فيه، فلا هوية بغير سر مستور.
- المستخدم المتكشف المتجسس، يسعى دائما لكشف الأسرار التي يخفيها بقية المستخدمين، لكن في الوقت نفسه لا يسمح أبدا بالتكشف على أسرار.
- الشباب المستخدم يكتسب قيمة السرية، في المواضيع المتستر عنها اجتماعيا، والتي تعتبر بعدا عن القيمة.
- أن المتكشف للأسرار المستورة في هذا الوسط، يستطيع النفاذ لكل الأسرار الموجودة على حسابات المستخدمين، عكس المتكشف في العالم الواقعي المعيش فلا يستطيع كشف كل أسرار الفاعل الاجتماعي لأنها ترتبط بالنفس الإنسانية.
- أن التكشف عن السرية، تجعل الحياة الخاصة حياة عامة، فينتقل التخصيص إلى التعميم الحياتي.
- أن السرية لا تعارض الصدقية، فالمستخدم عند كشفه لأسراره يرى بأن ذلك دليل صدقه، بينما حفظها في نفسه دليل كذبه، وهذا الاعتقاد لا يصح، لأن السر أعم من الصدق، فقد يكون الأمر السري صادقا أو كاذبا، فيكون حفظه حفظا للصدق أو حفظا للكذب، فيلزم أن افشاءه لأسراره لا يدل بالضرورة على صدقه، بل قد يدل على كذبه.
- الشباب المستخدم يحاول قدر الإمكان التستر على بقية المستخدمين من خلال الخصائص التقنية والاستخداماتية، لكن في الوقت ذاته لا يستطيع أن يتستر على القائمين على الرقابة التقنية (أصحاب المواقع) أو النظامية.
- أن كشف السرية من طرف القائمين على الرقابة، تؤكد فعلا ما ذهب إليه المفكر الفرنسي (ميشال فوكو) في كتابه: "المراقبة والمعاقبة"، " إن مجتمعنا اليوم ليس مجتمع الفرحة، بل مجتمع المراقبة"¹.

¹- Foucault,ibid,p218.

- قيمة التسارعية:

- استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، في فعلهم الاستخداماتي المستمر في الحركة المتواترة مع الزمن، سواء كان تفاعليا أو تصفحيا، تجعله يرتبط بالقيمة معياريا، ويتمظهرها سلوكيا وفق الأوجه التالية:
- أن التسارع من حيث قيمته، يعمل على نشر القيمة أكثر من ذي قبل، أي أن الفرد المستخدم يعمل على اكتساب أكبر من قدر من المخزون القيمي في أقل وقت ممكن، وبهذا تصبح التسارعية في الزمن القيمي قيمة.
 - بيد أن الحاصل، أن التسارعية في الكثير من الأحيان تشوه القيمة، فالمستخدم يعمل على الإحاطة بكل شيء في وقت قصير.
 - هذه الكليانية الاحاطية، تجعله يهمل - غالبا - الأجزاء المتعلقة بالقيمة، فيهتم بظواهرها وقد لا يهتم بها خاصة ضمن التزامم المعلوماتي في هذا الفضاء الاستخداماتي.
 - أن الشباب يعمل على أن ينقل هذه التسارعية، في واقعه المعيش، فهو يعمل على تحقيق كل طموحاته في وقت قصير، فيعمد إلى النظرة التسارعية للتحقق، دون النظرة المعقولة لذلك.
 - أن الفضاء التواصلي التفاعلي في هذه الشبكات، تسيره سرعتان متلازمتان، سرعة طواف يعمل بها نظام الإبحار في الشبكة، وسرعة لحظية تعمل بها وتيرة الإبحار، وشبكات التواصل الاجتماعي إنما تستمد نفوذها من تقاطع الزمنين.
 - أن مراتب التأثير إنما تتحدد وفقا لطبيعة السرعة التي يتخذها المضمون الاستخداماتي، وهي التي يحددها المستخدمون.
 - هذا الزمن الذي يجمع بين الزمنين، هو ما عبر عنه البعض: "الزمن العالمي الذي هو بمثابة الزمن العابر للحدود بين القارات والمجتمعات واللغات عبر طرقات الإعلام المتعدد وشبكات الاتصال الفوري، التي تنقل الصور والرسائل والعلامات بالسرعة القصوى من أي نقطة في الأرض إلى أي نقطة أخرى..."¹.

¹ - علي حرب، حديث النهايات: فتوحات العولمة ومازق الهوية، مرجع سبق ذكره، ص28.

- قيمة الاستغراق:

ما يميز مستخدم هذه الشبكات الاجتماعية، هو تخصيصه لوقت كبير للنشاط الاستخداماتي، الأمر الذي دفعنا لتوصيفه بالمستخدم المستغرق، وقد يكون المستغرق مرتبطا بالقيمة في نشاطه فيكون بذلك الاستغراق قيمة، إلا أن الفعل السلوكي الاستخداماتي يحمل أبعادا أخرى:

- الاستغراق من حيث الدلالة الزمنية، تعني حضور الزمن في الذات، بمعنى أن الذات تصبح ملكا للزمن وليس عكسا لذلك.

- أن الشباب في استخدامه لهذه الشبكات، قد استنفذ زمنه الحياتي المرتبط في كثير من الأحيان بنشاطه الحقيقي، إلى التحول نحو نشاط افتراضي يحاول أن يحاكي فيه واقعه.

- أن الاستغراق الزمني في هذه الشبكات، يستغل في المحاكاة وبناء الرمزيات، ليكون الاستغراق خائليا في الكثير من الأحيان.

- أن الاستغراق بقدر ما يوصل إلى الرتبة الاستخداماتية، إلا أن الشباب لا يمكنهم الاستغناء عن ذلك إطلاقا.

- أن الاستغراق يعمل على تفرغ الزمن من قيمته في بعض الأحيان، ليصبح الزمن استهلاكيا ويعمل بذلك على قتل الزمن الإبداعي في الاستخدام.

- أن المستخدم المستغرق، من خلال التطويل في الفعل الاستخداماتي يفقد ملكة النقد، فتصبح التصورات التي تعطى في هذا الوسط هي التصورات الحقيقية، في غياب تخصيص الزمن الكافي للواقع المعاش.

- أن الاستغراق يهدف إلى المعيشة، فالمستخدم المستغرق يسعى لمعيشة كل تفاصيل التفاعلات وما ينتجها بقية الفاعلين في هذا الوسط أولا بأول.

- كل ما سبق من رسم ملامح الاستغراق، يسمى بـ "الزمن الميدياتيكي"، وهو زمن تقاطع الزمن اللحظي وزمن الطواف. فشبكات التواصل الاجتماعي الموغلة في التطور والتغير بدأت تغمر كل حياتنا دون استثناء، وباتت تمثل المجال النشط الذي تتشكل منه حياة الفرد والمجتمع، فالزمن الميدياتيكي هو الزمن الذي نحققه في صلاتنا المستمرة مع شبكات التواصل الاجتماعي، بوصفنا أفرادا اجتماعيين و لا يعدو ذلك أن يكون زمنا وسائليا لاعتمادنا، في الانتاج والتفكير والتواصل والتفاعل، على شبكات التواصل الاجتماعي¹.

¹ - عبد الله الزين الحيدري، الاعلام الجديد النظام والفوضى، دار سحر للنشر، تونس، 2012، ص54.

- قيمة التنظيم:

تشكل قيمة التنظيم في الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب، وفقاً لتموقع الاستخدام في العالمين الواقعي المعاش والافتراضي، على النحو التالي:

- أن الحديث عن التنظيم من حيث انه قيمة اجتماعية، تقتضي أن يقوم الفاعل بتقدير الزمن المناسب للفعل المناسب، بنوع من الأولوية والتراتبية بما يخدم الارتباط بالقيمة.
- أن المستخدم الشاب لهذه المواقع، يتميز باللاتنظيم بين الزمنين الواقعي والافتراضي، والذي يكون في الغالب أحد عوامل عدم الارتباط بالقيمة، لأن الارتباط بها يضمن التوازن والتنظيم في الوقت لفهم القيمة وتحسسها داخل الواقع المعاش، كما يتصورها رمزياً في الواقع الافتراضي.
- أن التنظيم في هذا الواقع الافتراضي، أمر غير ثابت، على اعتبار أن الزمن المرتبط بالمعلومة أساساً في هذا الوسط لا يمكن تقسيمه إلى دورات.
- عدم التقسيم إلى دورات ناتج لأن المعلومة ممتدة ولا تتحكم فيها مستويات القياس الزمني "اللحظة، الثانية..."، لتجديد دورة المعلومة، وكأن المعلومة لا تتحكم في بداية زمنيها ولا في نهايتها، فالمستخدم في هذه المواقع يعيش أزمنة متعددة بين الماضي والحاضر والمستقبل، الأمر الذي يصعب عليه عملية التنظيم الزمني.
- أن تنظيم الزمن مرتبط ببداية الاستخدام ونهايته، لكن ضمن العملية الاستخدامية يتراجع التنظيم الزمني لتحل محله الفوضى الزمنية.
- بالرغم من سعي هذه المواقع إلى إيجاد وحدات جديدة للقياس خاصة على مستوى المحتوى النشرى كنوع من التنظيم الزمني، إلا أن الأمر مازال يحتاج لتبسيط أكثر وآليات فهم عمق، وفي هذا الصدد فقد عمل موقع الفيسبوك مثلاً أطلقت فيسبوك اليوم منتجاً جديداً (Flick)، وحدة جديدة من الزمن مثل الثواني والدقائق والساعات، وفقاً لتوثيق صفحة (GetHUB) الـ (Flick) هي "أصغر وحدة من الزمن التي أكبر من النانوثانية " معرفة كـ 705,600,000/1 من الثانية للمقارنة النانوثانية هي 1,000,000,000/1 من الثانية أي جزء من مليار من الثانية، مما يجعل الـ (Flick) تقريباً 1.41723356 نانوثانية¹.

¹ - <https://syriantech.com/2018/01/facebook-invention-time-unit/24/01/2018>.

- قيمة الالتزام:

أن هذه القيمة، تنطلق من الطابع التكليفي للسلوكات الإنسانية، حيث أن كل سلوك هو تنفيذ لأمر تكليفي، أو تكلف للقيام بشيء يدخل في اهتمامات الفرد، وهذه التكلفية هي ما تجعل الفرد ملتزما للقيام بها وفقا للأوجه التالية:

- أن لكل التزام، زمن معين للقيام به.
- يكون الالتزام قيما متى كان الشيء المكلف ينطلق من القيمة في سلوكياته، والتي تكون في الغالب هي - أي القيمة- من تعمل على تبين ما هو مكلف به.
- أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الشباب، يسعون إلى التحرر من كل التزام في الواقع المعاش من خلال الهروب للعالم الافتراضي، فيتحول الزمن من زمن التزامي إلى زمن تحري.
- أن الالتزام قد تغير من حيث كونه تكليفا سلوكيا، إلى تكليف شكلي وجودي.
- فالفرد المستخدم يلتزم دائما بوجوده في هذه المواقع، ويلتزم بالتفاعل، ويلتزم بالردشة مع من يبادره بالحديث...، وهي كلها أمور تساعده على تبين حضوره الوجودي.
- أن زمن الالتزام، يختلف في الكثير من الأحيان في هذه المواقع، فالفرد قد يتهرب من التزامات معرفية وعلمية مثلا، في هذا الوسط للتقيد بالتزامات تعمل على تضييع الوقت.
- أن الالتزامات تصنعها القيمة التكلفية، لكن في هذا الوسط الشبكاتي يدخل المستخدم في العديد من الأحيان خاليا من الالتزامات، ليجد أن زمن الالتزامات قد تم الاستيلاء عليه من طرف المتفاعلين نتيجة العملية التواصلية.
- أن الالتزامات في هذه المواقع، متزايدة بتزايد العلاقات وشبكة الأحداث، مثلما تفترضه نظرية "الفراشة"، وهي نظرية فيزيائية وفلسفية، ابتكرها (إدوارد لورنتز) 1963، لتفسير ظواهر الترابطات والتأثيرات المتبادلة والمتواترة التي تنجم عن حدث أول، قد يكون بسيطا في حد ذاته، لكنه يولد سلسلة متتابعة من الالتزامات¹.
- أن الفرد المستخدم في الكثير من الأحيان، هو من يصنع التزامات لنفسه، ولكنها قد تتعد على القيمة فيصبح الزمن مجردا من غائية أخلاقية.

¹ - Gleick James, La théorie du chaos : vers une nouvelle science, fammarion, 1999.

- أن الزمن الاستخداماتي في خلوه من الالتزام، يصبح لا معنى له، وتندهور قيمته من حيث هو - الزمن-، ناهيك إن كان هذا الخلو يتعد عن الالتزام بالقيمة من حيث ارتباطه بالقيمة ذات المصدر.

- قيمة التجاوز:

تتجلى هذه القيمة من حيث الارتباط الزمني، في السلوك الاستخداماتي للشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي على النحو التالي:

- يكتسب التجاوز القيمة، حينما يكون التجاوز من اللاقيمة إلى القيمة، بمعنى أن الفرد في زمنه الاستخداماتي يتعرض بطريقة إرادية أو لا إرادية إلى محتويات و/أو تفاعلات وفق أهداف متعددة ومتنوعة، فيسعى بطريقة تجاوزية إلى التخلي عن المحتوى و/أو التفاعل اللاقيمي لصالح الارتباط القيمي.

- أن الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي، يرتبط بالتجاوز من حيث هو صفة لا من حيث هو قيمة في الكثير من الأحيان، فالتجاوز عنده خاصية للانتقال بين زمن المعيشة الافتراضية للتفاعل أو للمحتوى، بغية التقيد بالالتزامات، والإحاطة بكل شيء.

- أن التجاوز بهذه الصفة، يكون مشوها في العديد من الأحيان للقيمة، على اعتبار أن التجاوز من حيث الاتصاف لا يهتم بالمحتوى المتجاوز، وبالتالي قد يكون التجاوز الزمني من القيمة إلى اللاقيمة.

- أن زمن التجاوز، فرضته خصوصية هذه الشبكات من خلال التسارعية، والتنظيم، والالتزام، والاستغراق.

- أن الزمن الافتراضي، هو في حد ذاته زمن متجاوز للزمن الواقعي من خلال التركيز على الآن وبكل ما هو حالي، فهو يقوم بمحاربة الواقع والعمل على نقله، دون إعطاء أهمية لمحتوى تلك المحاربة وفي هذا الصدد يقول (جيلز): "زمنية تهيمن عليها المشاشة. إنها مزيج من اندحار البناءات الإرادية للمستقبل وما يوازيها من انتصار للقيم المتأكلة المرتكزة على حياة تتميز بطابعها الحاضر وحده. بعبارة أخرى، إننا نعاين، في هذا العصر، بروز زمنية اجتماعية فريدة تهيمن عليها الـهنا والآن"¹.

- أن زمن الاستخدام في الموقف الاتصالي الواحد، قد يجمع بين العديد من الأزمنة، في طرح متداخل تسارعي، مما يدفع المستخدم إلى التركيز على عوامل البروز (طبيعة الخطوط، غرابة الصور، قرب الحدث..)، والميول الاهتماماتي.

- أن زمن التجاوز، يؤدي إلى عدم كفاية زمن الاستخدام، وهذا ما يفسر تصريح العديد من المبحوثين حول عدم كفاية زمن الاستخدام لانجاز كل الأنشطة التي يريدونها في هذه الشبكات.

¹ - Gilles Lipovetsky et Sébastien Charles, Les temps hypermodernes, le livre de poche, Paris, 2004, p49.

- قيمة الاسترجاع:

يعتبر الزمن الاسترجاعي، أو التذكري، زمنا يستحضره كل فرد منا في مواقفه الاتصالية العديدة، بغية الاستفادة من تلك الخبرات القبلية، او بغرض ربط ذلك مع الموقف الاتصالي الحاضر، إلا أن هذا الفعل التذكري في مواقع التواصل الاجتماعي، نلاحظه على النحو التالي:

- قيمة الاسترجاع، تكمن في قيمة المسترجع، ومدى مساهمته في تحسين الارتباط بالوضع الراهن أو الآتي والعمل على قيمته.
- أن زمن الاسترجاع في استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، تحول في الكثير من الأحيان من فعل استبطاني*، إلى فعل استظهارى، فالذاكرة الذاتية خرجت من الفرد إلى الفضاء، فالفضاء هو من يقوم بتذكيرنا بأهم المحطات التي مرت علينا" مثل الخاصية الموجودة في الفايسبوك أو سعة التخزين تدفعنا إلى البحث في ماضي التفاعلات والمنشورات"، لفهم وتفسير أحد الوقائع الآنية، وفي هذا الصدد يقول (مارك دوغان): "لقد تحولت شبكات التواصل الاجتماعي إلى ذاكرة هائلة تحتزن معارف الكون كله، ووفرت على الناس الجهد والبحث المضني عن المعلومة، ولكنه حرهم من ذكراهم. فكل شيء موضوع بين أيديهم، ولكن لا علاقة له بالذات التي تتطور وتنمو في الشك الذي يبينها ومن خلاله تكبر"¹.
- تحول الذاكرة من ذاكرة ذاتية، إلى ذاكرة جماعية، نتيجة التكشف الحاصل في هذه المواقع، فالمستخدم يعمل على تصوير كل تفاصيل سلوكياته في الواقع المعيش، ونقلها لهذا الوسط، لتصبح بذلك ملكا لجميع المستخدمين، ويعمدون على استذكارها متى أرادو ذلك.
- أن الاسترجاع لدى المستخدمين، يرتبط في الغالب باسترجاع الذات المصورة، والعمل على إبرازها بطريقة ماضوية والتعليق عليها حاضرا، وهذا له علاقة بإبراز الذات.
- أن الاسترجاع، حسب ما عبر عنه المبحوثون يشكل لهم رمزية لتفعيل الحاضر والعمل على إيجابيته، وهنا نستذكر طرح (غاستون باشلار)، حين قال: "أن الذكرى لا تعلم دون استناد جدلي إلى الحاضر... فالذكرى

* - وهو ما يتفق مع مفهوم " الاسترجاع" في علم النفس، فيعرف على أنه: "التطلع إلى الوراء والنظر في التجارب والخبرات التي عاشها المرء في الماضي، يستخدم إصطلاحيا للدلالة على استبطان أي خبرة انقضت ومرت لتوها، وهو يؤلف في ظل ظروف معينة النوع الوحيد الممكن حصوله من الاستبطان" (أسعد زروق، موسوعة علم النفس، مراجعة: عبد الله عبد الدام، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1979، ص34).

1- Marc Dugain, Christophe Labbé: L'homme nu, la dictature invisible du numérique, éd R Laffont Plon, 2016, p166.

تعيد وضع الفراغ في الأزمنة غير الفاعلة، إننا حين نتذكر، بلا انقطاع، إنما نخلط الزمان غير المجدي وغير الفعّال بالزمان الذي أفاد وأعطي"¹.

- أن الاسترجاع تحول من فعل إرادي إلى فعل حتمي في هذه الشبكات، من خلال التذكير بالاسترجاع في حد ذاته.

- أن الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي، يرتبط بالاسترجاع من حيث الصفة أكثر من ارتباطه به من حيث القيمة.

- قيمة الولاء:

تتجسد هذه القيمة المكانية، كتمظهر للارتباط بين المكان والذات على اتجاهين، الاتجاه الأول ولاء المستخدم لمكانه الواقعي، بينما الاتجاه الثاني هو ولاءه لمكانه الافتراضي، وهو على الأوجه التالية:

- الولاء من حيث القيمة، لا يعني الولاء للمكان بينما للقيم التي يحملها المكان، وبالتالي يصبح الولاء قيميا متى ارتبط بالقيمة المحتضنة في المكان.

- أن الشاب المستخدم، يحاول قدر الإمكان أن يصور مكانه الواقعي المعاش، بنوع من الازدراء والدعوة إلى التمرد عليه، فيحاول تبديل قيم الولاء بالتمرد على المكان.

- يتعامل الشاب بنوع من التضاد في الولاء بين المكانين الواقعي والافتراضي، فهو يسعى إلى تحقيق أكبر قدر من الولاء للمكان الافتراضي (صفحته الشخصي، حسابه الرسمي...)، من خلال المحافظة على صورته النمطية ضمن التصوير الكلياني لمجموع الحسابات النشطة في هذا الوسط.

- الولاء في المكان الافتراضي، يكون ولاء لشكل المكان ولمظهره، وبالتالي يصبح الولاء لقيم الشكل على حساب قيم المضمون، وهو أمر يعمل على تحييد القيمة دون تعزيزها.

- أن الولاء للمكان الافتراضي، هو ولاء متعدد بحسب الأمكنة التي يزورها المستخدم (فضاء اللعب، المكتبات، الأسواق...).

- أن الولاء الذي يعطيه المستخدم للمكان في شبكات التواصل الاجتماعي، يستطيع أن يتخلى عليه بكل سهولة (تغيير حساب، إنشاء حساب جديد...).

- أن الولاء في هذا المكان هو ولاء طوعي، على عكس الولاء للمكان في الواقع المعيش هو ولاء إلزامي في الكثير من الأحيان، الأمر الذي يزرع نوعا من "الفوييا" لدى الفاعل، في حال بين عدم إلتزامه بذلك، وهنا

¹ - غاستون باشلار، جدلية الزمن، تر: خليل أحمد خليل، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1982، ص47.

يقول الباحث (جمال الزرن): "ومن بين مزايا المكان الافتراضي هو نهاية فوبيا المكان، إن الخوف من المكان دليل على تملكنا لمكان آخر، وعندما ندخل في منظومة المكان الافتراضي نصبح لا نخشى شيئا بحكم عدم مقدرتنا على تملك الافتراضي باعتباره فضاء، لذلك وصفت شبكات التواصل الاجتماعي كفضاء افتراضي بأكثر الأمكنة تحررية، وعدم مقدرة أي طرف إمتلاكها"¹.

- قيمة الشبكية:

وتتجلى هذه القيمة، من حيث المنظور التواصلي المكاني، في الامتدادات اللامتناهية للمكان في هذه الشبكات، ويكتسبها الشباب على النحو التالي:

- أن الشبكية من حيث القيمة، تعني أن التفاعلات التشابكية التي يربطها المستخدم مع الآخرين تكون ضمن الإطار القيمي، وبالتالي تصبح خصوصية القيمة هي المجال الذي ينشط فيه هذا التشابك، دون دلالة للمكان وخصوصيته، مادام أن هناك ارتباطا بالقيمة.

- أن الشاب المستخدم، يسعى دائما إلى توسيع دائرته التشابكية، والتي أضحت في بعض الأحيان مجالا للتنافس، دون مراعاة لتفعيل الحركة ضمن الشبكة.

- أن الشبكية التي يتصف بها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، الظاهر فيها أنها تشابكية تواصلية من خلال نمط الاتصال السائد، لكن يمكننا أن نميز بين نوعين من الشبكات:

1. شبكات فعالة: وهي التي يحرص أفرادها على التفاعل بينهم من خلال الطرق والأساليب المتاحة في هذه الشبكات، والتي تكون في الغالب في الدائرة الضيقة للشبكة.

2. شبكات غير فعالة: وهي بقية المستخدمين الذي يدخلون ضمن إطار الشبكة الواحدة، ولكنهم يكتفون بأنهم جزء من الشبكة دون تحقيق فعالية في ذلك.

- أن الشبكية في هذه المواقع، حولت المكان إلى اللامكان، من خلال تقلص المكان رغم شساعته واقعيًا، فمن خلال التشبيك في المجال الافتراضي، نجد تقارب العديد من الأمكنة لبناء مكان واحد، وهنا نجد دفاع (مارك أوجيه) على " ما بعد الحداثة" والاتجاه نحو اللامكان في قوله: " إن سرعة وسائل المواصلات والتقدم التكنولوجي في الاتصالات يعطينا الإحساس بان الأرض تتقلص، إن تطور التقنية يؤشر إلى أولوية الزمان على المكان. إننا في حقبة المباشرة والآنية. الاتصالات تسعى لتصل إلى سرعة الضوء. على هذا، فان هيمنة

¹ - جمال الزرن، هندسة المكان الافتراضي منتجة لخطاب ثقافي، مجلة ثقافات، العدد 20، لبنان، سبتمبر 2016، ص 25.

الزمان يطغى على المكان. إن "علمنا الصغير" بالكاد يكفي لتوسع المؤسسات الاقتصادية، إننا نتجه بكل وضوح إلى عالم اللامكان"¹.

- أن تحسس القيمة ضمن هذه الشبكة، هي من تعطي معالم لخصوصية المكان.

- قيمة الانسيابية:

إن الانسيابية التي نقصدها هي من تعمل على تمدد المكان وتمنعه، وبالتالي يصبح الفضاء المكاني في شكل

متماهي إلى اللانهاية، من حيث التعدد المكاني، وذلك وفقا للأوجه التالية:

- أن الانسيابية من حيث القيمة لها علاقة بالزمنية، فالانسيابية تعمل على الاستغراق والتطويل الاستخداماتي

زمنيا، وعلى التعدد مكانيا، وبالتالي يشترط لزاما أن تنقيد الانسيابية بزمن كنوع من الضبط، وتحقيق التنظيم.

- أن الانسيابية في تعدد زيارة الأمكنة الافتراضية، والعوالم المتعددة، تجعل من المستخدم ينتقل من حالة الثبات

والاستقرار إلى اللاتبات واللاستقرار.

- أن الشاب المستخدم، يعمل على الالتزام بالانسيابية بل ويجعلها صفة ملزمة في سلوكه الاستخداماتي، والتي

يتفاعل معها بطريقة لا إرادية في الغالب.

- أن الانسيابية التي يتصف بها الشباب المستخدم، لا تعطي أهمية للمحتوى الانسيابي بقدر الاتصاف بها

كسلوك استخداماتي.

- كثرة الأماكن المتعددة، تؤدي إلى عدم وضوح تصورات الفرد عن ذاته وعن الأشياء، خاصة في ظل تصارع

الإيديولوجيات والآراء في هذه العوالم.

- أن شكل الانسيابية، قد يأخذ علامات عديدة، بالنسبة للمستخدم من خلال انسيابته للمكان الذي يزوره

في فعله الاستخداماتي، وقد حدد (إدوارد هال) مجموعة من العلامات²، والتي لها دور في إضفاء معنى على

العملية التواصلية، والتي سنحاول إسقاطها على الانسيابية في الفضاء الافتراضي:

1. العلامات الحدودية: ويعني بها الدفاع عن أرض أو حدود معينة، فالمستخدم يسعى في انسيابته إلى عدم

التعدي على مكانه (حساباته الشخصية).

2. علامات القرب: أن المستخدم يسعى إلى زيارة الفضاءات التي تقترب منه دائما، ومن دائرة اهتماماته.

¹ - مارك أوجيه، جان بول كولانين، الأنثروبولوجيا، تر: جورج كتوره، دار الكتاب الجديدة المتحدة، 2008، ص111.

² - Edward Twitchell Hall, le langage silencieux, Édition du Seuil, 1984, p203.

3. علامة التنظيم والتوزيع: أن المستخدم يعمل على تنظيم وقته، وتوزيعه لزيارة كل الفضاءات التي يريدتها في فعله الاستخداماتي.

4. علامات الاتجاه: أن المستخدم يقترب من الفضاءات التي تدعم اتجاهاته وتعززها.

- قيمة المحلية:

تتجلى قيمة المحلية، كنوع من التشكل التضادي بينها وبين العالمية التي تسعى للواحدية، دون اعتبار للمحلية في ضوء التعددية المعولة، ونراها وفقا للأطر التالية:

- أن المحلية، هي التعبير الثقافي للقيمة السياقية، التي تعبر عن سياق محدد، فالمستخدمون في لقاءهم في هذه الشبكات يسعون قدر الإمكان إلى الحفاظ عن خصوصياتهم المحلية، خاصة فيما يتعلق بالقيمة ذات الارتباط المصدرية.

- أن المحلية، عند المستخدمين الشباب ترتبط بالمكان أكثر من الارتباط بقيم المكان، فهم يعبرون عن اهتماماتهم بكل ما يحصل في المجال المكاني المحلي.

- أن المحلية عند المستخدمين الشباب، تتمظهر من خلال الارتباط المكاني سواء كان بالسلب أو الايجاب.

- أن المحلية، تقترب أكثر إلى التقاسمية، بمعنى أن الاهتمام المشترك التقاسمي بين مجموعة المستخدمين تعبر عنه رابطة المكان.

- أن المحلية، تشكل أحد مظاهر التشاركية التنموية، فالعديد من المسؤولين أصبحوا يتابعون الأخبار التي تهتم بالشؤون المحلية عبر هذه الصفحات.

- أن الشباب لديهم القدرة على مواجهة العولمة المكانية لحساب المحلية، لمعايير ترتبط أساسا بظروف التنشئة وعلاقة التراب.

- أن المستخدم يعمل على تنوع مضامينه التي ينشرها، بين ما هو محلي وما هو عالمي.

- أن المحلية، لا تعني أبدا نفي العالمية، فالمستخدم يضع نفسه بين هذين الشائيتين وفقا للعديد من العوامل المتعلقة بشخصه¹.

¹ - سالم المعوش، القيم والاتصال: السيكولوجيا والمنهج، مؤسسة الرحاب الحديثة، لبنان، 2017، ص96.

- قيمة التفكك والتجزئية:

- وتتجلى هذه القيمة في السلوك الاستخداماتي، كنوع من العلاقة بالمكان الافتراضي، وفقا للنقاط التالية:
- أن تفكك المكان وتجزئته، أصبح سمة من سمات المكان الافتراضي من خلال الاهتمام بكل تفاصيل هذا الفضاء (الحسابات)، من حيث الشكل وفي بعض الأحيان المضمون.
 - أن مكان نشاط المستخدمين - حساباتهم الشخصية - يحاول المستخدم أن يوجد فيها كل التفاصيل التي يحتاجها.
 - أن المستخدم يلجأ إلى الاهتمام بتجزئة مكانه الافتراضي وفقا لاهتماماته ولإثبات وجوده أكثر في هذه المواقع.
 - يحاول المستخدم أن يقوم بنقل تفاصيل حياته في الواقع المعاش، إلى هذا المكان الافتراضي كنوع من التفكيك لصورته.
 - أن القائمين على هذه المواقع يعملون في كل مرة، على تحيين الخصائص التقنية، والتي تتميز بأنها أكثر تفصيلية وتجزئية.
 - أن ازدحام مكان المستخدم بالعديد من المعلومات، يجعله يهتم فقط بأجزاء من هذه المواضيع المطروحة.
 - أن الفضاء النشط يرتبط أكثر بالقيمة، حينما تكون الأجزاء خدمة لكل والمتمثل في الكل القيمي، أي المرتبط بالقيمة.
 - أن المكان (حسابات الأفراد) يتميز بالتفكيكية فالفرد المستخدم عندما يلج هذا المكان، تجده يقوم بالعديد من النشاطات التفكيكية للمكان (التعليق، الدردشة، النشر...).
 - أن التفكيكية لا تتعلق بظاهر المكان فقط، بل تتعداه كأسلوب للتفكير في ما يحمله المكان من تفاصيل وفي هذا الصدد يقول (جاك دريدا): "التفكيكية مفهوم ثري في دلالاته الفكرية، فهو في المستوى الأول يدل على التهدم والتخريب والتشريح، وهي دلالات تقترن عادة بالأشياء المادية المرئية، لكنه في مستواه الدلالي العميق، يدل على تفكيك الخطابات والنظم الفكرية، وإعادة النظر إليها بحسب عناصرها والاستغراق فيها وصولا إلى الإمام بالبور الأساسية المطمورة فيها"¹.

¹ - جاك دريدا، الكتابة والاختلاف، تر: كاظم جهاد، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، 2000، ص33.

- قيمة التحديث:

يعتبر التحديث خاصية مكانية، يلتزم بها المستخدم في نشاطه الاستخداماتي للتوافق مع المستجدات الحاصلة، وذلك وفق الأوجه التالية:

- يكون التحديث قيما، متى ارتبط التحديث بالانتقال من اللاقيمة إلى القيمة، أو لتعزيز القيمة في حال الارتباط بها.

- أن التحديث في استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، يأتي على نوعين:

1. النوع الأول: وهو التحديث التقني من خلال الاستفادة من الخصائص التقنية التي يعمل على تطويرها بشكل دوري أصحاب هذه المواقع (تنزيل نسخ جديدة، الاستفادة من بعض الخصائص..) وتجدر الإشارة أنه في الكثير من الأحيان تدمج هذه المواقع خاصياتها بشكل يخرج عن ارادة المستخدم.

2. النوع الثاني: وهو تحديث علائقي، يقوم من خلاله المستخدم بتحديث علاقاته مع الآخرين في شكل تجديدي لتعزيز الروابط، او من خلال التخلي عن بعضهم وادماج آخرين ضمن دائرته التفاعلية.

- أن التحديث التقني لفضاء هذه المواقع يحاول فيه كل مرة القائمون عليه، بأن يعطوا نوعا من المحاكاة للواقع من خلال إدماج بعض الخصائص.

- أن التحديث المستمر يؤدي حتما إلى حالة عدم الاستقرار، وثبات عادات الاستخدام وكيفيته.

- أن التحديث المستمر يتطلب من الشباب أن يواكب هذا التحديث التقني، من خلال اكتسابه للمعرفة التقنية قدر الإمكان.

- أن التحديث الاجتماعي الذي ينقله المستخدم للواقع الافتراضي، له مدلولان:

1. المدلول الأول: يتعلق بأن المستخدم يحاول أن يؤرخ لعمره (حياته) في هذا الوسط من خلال تتبع تحديثي يواكب تطورات حياته.

2. المدلول الثاني: أن التحديث لا يفيد إلغاء الأرشفة من خلال خاصية التخزين التي تتميز بها هذه المواقع.

- أن التحديث يخرج المستخدم من حالة الرتابة إلى حالة الفعالية، خاصة في الجوانب الشكلية.

- أن التحديث ذو طابع نهمي، فالمستخدم دائما يطلب المزيد من التحديثات تلبية لرغباته وإشباعا لحاجاته وتسهيلا لاستخدامه.

- أن التحديث الاجتماعي، يعطي للفرد حرية أكثر في التحكم في العلاقة التي يربطها مع الآخرين، الأمر الذي يجعل قائمة الأصدقاء دائمة التحول والتغير¹.
- قيمة التخيلية:

تمثيل أو تصوير الواقع، هو تمثيل اصطناعي للشكل الخارجي للشيء المصور، بحيث على قدر إتقان هذا التمثيل الاصطناعي، يكون أداء الشكل الخارجي موافقا لهذا الشيء، لأن الشيء المصور هو المقصد، أما الصورة، فهي مجرد وسيلة، وفي شبكات التواصل الاجتماعي، باتت تتعامل مع الصور بغير هذا المفهوم التقليدي الذي يجعلها تحاكي واقع المصورات، هذا التعامل يكون على الأوجه التالية:

- أن الخائلية من حيث القيمة، تفيد الارتباط بالتعبير عن الواقع والعمل على تبليغ المعنى أكثر، والذي يكون من الضروري فيه ارتباطه بالقيمة.
- أن الخيال من حيث تمازجه مع الافتراضية، يشترط فيه نقله لجزء من الواقع أو التعبير عنه، ويكون نقل الواقع هو الهدف لا التخيل في حد ذاته.
- أن المبالغة في التخيلية، تنزع شرط المصادقية في الرسالة، من خلال التوغل في شكل التقديم والابتعاد عن مضمونه.
- أن التوغل في الاستخدام التخيلي ينحط بصاحبه من رتبة التعامل مع الصور بوصفها أشباها للمصورات إلى رتبة التعامل معها بوصفها أبداً منها، مستبدلاً بعالم الواقع عالم الخيال، مازجاً بين الحقيقة والوهم بقوة، حتى لا قدرة له على التعرف إليهما.
- التخيلية السائدة في المكان لشبكات التواصل الاجتماعي، قد توصل إلى المرتبة الدنيا التي تكلم عنها (جان بودريار) في كتابه الاختلاق والمختلقات، إذ يعتبر أن التصوير للواقع ينقلب في أطوار أربعة متتالية²:
 1. الصورة انعكاس للواقع.
 2. الصورة حجاب وتشويه للواقع.
 3. الصورة حجاب لغياب الواقع.
 4. الصورة لا علاقة لها بأي واقع.

¹ - سالم المعوش، مرجع سبق ذكره، ص 101.

² - Baudrillard.J, simulacres et simulation, galilée, PARIS,1981,17.

ويرى أن الأطوار الثلاثة الأولى تجعل من الصورة عبارة عن "مظهر"، فتكون، في الطور الأول، مظهرا جيدا، وفي الطور الثاني مظهرا رديئا، وفي الطور الثالث تتخذ لباس المظهر، أما في الطور الرابع فليست مطلقا من جنس المظهر، لكن من جنس "المختلق".

- لم يعد "الاختلاق" تصويرا للواقع، بل إنتاجا له، في هذه الشبكات، فقد أضحى الاختلاق يسبق الواقع وجودا، لذا فإن الواقع الذي ينتجه الاختلاق ليس هو الواقع الذي تمثله الصورة اللاحقة أو تحاكيه، وهنا حتى يفرق (بودريار) بين الواقعين السابق أو المصور واللاحق أو المنتج، فقد استعمل بصدد هذا الواقع الأخير مصطلح "الواقع المفرط"، قائلا: "في هذا الانتقال إلى فضاء لم يعد انحاؤه هو انحاء الواقع، ولا الحقيقة، يبدأ عهد "الاختلاق" بتصفية كل المسميات، بل أسوأ من ذلك يبدأ بيعث صناعي لهذه المسميات في أنساق من العلامات، وهي مادة أطوع من المعنى، من حيث أنها تقبل كل أنساق التكافؤ وكل التقابلات الثنائية وكل الجبر التركيبي"¹.

¹ - Ibid,p11.

II. قراءة قيمية ثقافية ونقدية لنتائج الدراسة:

1. قراءة قيمية ثقافية لنتائج الدراسة في ضوء الرؤساء الافتراضي:

1.1 القيم المكتسبة في ظل التوجيهات الثقافية:

سنتناول في هذه النقطة، التوجيهات الثقافية الخاصة بكل قيمة مكتسبة، أي بمعنى كيفية تحول هذه القيم، إلى معطى ثقافي فعال ضمن الحركية الديناميكية التدافعية للقيم، التي تهدف إلى بناء الإنسان والمجتمع السليم، وهذه النقطة في بعض الأحيان سنجدها تتسم بالواقعية (من خلال توصيفها استخداماتيا)، وفي أحيان أخرى تتسم بالمعيارية، أي بما ينبغي أن تكون عليه هذه القيم انطلاقا من التوجيه الثقافي الذي حدده (مالك بن نبي):

القيمة	التوجيهات الثقافية
التعارف	التوجيه الجمالي: تتجه هذه القيمة نحو الجمالية بطبيعة مقصد العملية التعارفية والتي ينبغي لها أن تكون احتراما للذوق العام ووفق الآداب العامة. التوجيه العملي: قد تأخذ هذه القيمة بعدا عمليا من خلال تحويل هذه العلاقات الافتراضية لعلاقات واقعية ينتفع بعضها ببعض. التوجيه الصناعي: على المستخدم أن يتمكن من الثقافة التقنية التي تسمح له بحرية الفعل التعارفي وفقا للتوجيهين الجمالي والعملي.
الحوار	التوجيه الجمالي: على الحوار أن يكون مبنيا على تبادل الأدوار، فالعامل الجمالي في أن يقوم كل فرد بمعرفة أدواره (مرسلا، أو مستقبلا). التوجيه العملي: بمعنى أن يتجه الحوار إلى الفعالية ويكون هادفا، وليس من أجل الدردشة أو الحديث. التوجيه الصناعي: المستخدم عليه أن يعي جيدا تقنيات وأساليب الحوار، ويكون قدر الإمكان رصيذا معرفيا على فن التحوار.
التفاعل	التوجيه الجمالي: ونعني به أن التفاعلية احد مظاهر الجمال في هذه المواقع، وبالتالي عليه أن يلتزم بما متى بدأ زمنه التواصلي عبر هذه الشبكات. التوجيه العملي: بمعنى أن المستخدم يستغل الظروف الزماني الموجود فيه لتنشيط مكانه (حسابات)، قدر الإمكان ليكون بذلك مستخدما إيجابيا. التوجيه الصناعي: المستخدم عليه أن يتوجه نحو ترشيد تفاعلاته وترتيبها، وفقا للأهمية بالنسبة إليه ليكون في كل موقف اتصالي خبرة في مجال محدد.

التفاهم	<p>التوجيه الجمالي: ونعني به أن رمزية المعاني لكلا أطراف العملية التواصلية، لا تخرج عن الرمزية الجمالية المعطاة لها ارتباطا بالمعايير الضابطة.</p> <p>التوجيه العملي: وهو أن يكون هناك تجاوب آني مع ما يطرح في العملية التواصلية سلبا أو إيجابا، مع طلب التحليل والفهم كأولوية إدراكية.</p> <p>التوجيه الصناعي: أن المستخدم عليه قدر الإمكان معرفة خصائص بقية المستخدمين والتمكن في الرموز المشتركة التي تجمع بينهم كاللغة مثلا.</p>
الجدال	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن يكون الجدل بالحسنى، لا يهدف إلى تعصب لرأي مهما كانت صحته.</p> <p>التوجيه العملي: وهو أن المستخدم عليه بأن يرفق رسائله بالحجة، ومن جهة أخرى عليه أن لا يتقبل كل مضمون إلى بالتعامل معه بنوع من الشك.</p> <p>التوجيه الصناعي: ونعني به ضرورة تمكن المستخدم في صياغة رسائله، صياغة علمية صحيحة، وهذا لا يتأتى إلا بالمعرفة.</p>
التشارك	<p>التوجيه الجمالي: وتتمظهر هذه القيمة في الجمال، من خلال توظيف التشاركية في تحقيق الأهداف المشتركة فيخرج كل مستخدم باستفادة معينة.</p> <p>التوجيه العملي: وهي أن يتجه المستخدم إلى المبادرة في المواضيع التي تمه، ويتحسس بالمسؤولية اتجاه كل ما يقترب من اهتماماته.</p> <p>التوجيه الصناعي: وهي أن يدرك المستخدم إمكانياته الحقيقية ويقوم بتوظيفها بما يخدم الجماعة (عملا، فكرة،...).</p>
الاختلاف	<p>التوجيه الجمالي: وتتحلى صورة الجمال في الاختلاف، حينما يقدم هذا الأخير زيادة للمجتمع مع ضرورة نبذ الخلاف.</p> <p>التوجيه العملي: على المستخدم أن يتميز بالنقد لكل ما لا يتوافق مع آراءه، شريطة عدم التعصب لها.</p> <p>التوجيه الصناعي: على المستخدم أن يتمكن من أساليب المحاججة، ويعمل على توظيف كل الوسائل التعبيرية التي تطرحها هذه المواقع.</p>
التسامح	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن يكون مبنيا على صفاء وود قلبي، لضمان استمرارية العلاقات في هذه الوسائط.</p> <p>التوجيه العملي: وهي أن المستخدم يبادر بالتسامح سلوكا استخداماتيا، ويجاود أن يعاود طابع العلاقات مع الآخر مثلما كانت عليه الأمور سابقا.</p> <p>التوجيه الصناعي: أن المستخدم يحاول تحويل نقاط الخلاف إلى مكامن للاتفاق وتجسيدها واقعا في مشاريع ناجحة (علاقات، مصالح...).</p>
النفعية	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن تتمظهر النفعية، بشكل متبادل وتكون وسيلة لا غاية في حد ذاتها، بصياغة ضمن الذوق العام للمجتمع وليست مستهجنة.</p> <p>التوجيه العملي: المستخدم عليه أن يتوجه في كل علاقاته، للفائدة المرجوة من هذه العلاقات، والتي ينبغي أن تكون في حدود الجمال.</p> <p>التوجيه الصناعي: فعلى المستخدم أن يحدد أهدافه قبل الخوض في أي فعل تواصل، مدركا لأهمية زمنه الاستخداماتي.</p>

الاستهلاك	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن المستخدم يقوم بالاستفادة في كل موقف اتصالي، شريطة تمحيصه.</p> <p>التوجيه العملي: على المستخدم أن يعمل جاهدا على تحقيق الفائدة المتبادلة، فيكون منتجا ومستهلكا.</p> <p>التوجيه الصناعي: على المستخدم أن يوظف إبداعاته ومهاراته في هذه المواقع، ويقوم بإبرازها للآخر بغية استهلاكها، وبالعكس مع الآخرين معه.</p>
المعاملة	<p>التوجيه الجمالي: بمعنى أن تكون المجاملة حاضرة في الفعل التواصل، دون نفاق ظاهر ولكن احتراما للعلاقات التوادية بين المستخدمين.</p> <p>التوجيه العملي: وتتجلى في توجه المستخدم للالتزام بأداب الحديث والتحاور، وعدم تجاوز الآخر.</p> <p>التوجيه الصناعي: وهي أن يصبح المستخدم قادرا على التحكم في الآخر، بأسلوبه لا بقوته، وهو ما يكسبه مهارات القيادة واقعا.</p>
الارتباط بالدين	<p>التوجيه الجمالي: ويتجلى الجمال في هذه القيمة من خلال الارتباط بها على سبيل الائتمانية وليس الأمرية.</p> <p>التوجيه العملي: المستخدم من خلال إدراكه لأمانته، يقوم بشكل دوري بالتذكير بالأمر الدينية في المحتوى، ولا يرتبط علائقيا إلا بما يدخل في ذلك.</p> <p>التوجيه الصناعي: المستخدم قبل دخوله لهذا الوسط، يكون متمكنا في أمور دينه من جهة، ويعمل على توظيف إمكاناته بطريقة فنية وإنتاجية.</p>
الحفاظ على اللغة	<p>التوجيه الجمالي: المستخدم يحافظ على جمال لغته، ولا يقوم بتشويهها من حيث التراكيب والألفاظ، و من حيث الدلالات.</p> <p>التوجيه العملي: المستخدم عليه أن يسعى دائما للحفاظ على لغته من خلال استعمالها في المواقف الاتصالية المختلفة التي يستخدم فيها هذه المواقع.</p> <p>التوجيه الصناعي: المستخدم من خلال معرفته بلغته، يسعى إلى تطويرها براجحيا والعمل على نشرها قدر الإمكان، من باب توظيف التقنية في اللغة.</p>
الحفاظ على العادات والتقاليد	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن المستخدم يحاول تقديم عاداته وتقاليده، بشكل جمالي وليس بشكل تنفيري، بالعمل على توضيح مقاصدها الصحيحة.</p> <p>التوجيه العملي: على المستخدم أن يسعى إلى التعريف بعاداته وتقاليده في هذا الوسط الافتراضي.</p> <p>التوجيه الصناعي: المستخدم من خلال معايشته للواقع والارتباط به، يحاول أن يستثمر في عاداته وتقاليده (مستلزمات الأعياد، ...).</p>
إحياء التراث	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن يقوم المستخدم، بالارتباط بتراثه المادي واللامادي، مستغلا ظروف الجمال الافتراضية لتبيينه.</p> <p>التوجيه العملي: على المستخدم أن يتوجه للتعريف بتراثه، في منشوراته المختلفة، والحث على ارتباطه بها.</p> <p>التوجيه الصناعي: يستطيع المستخدم إبراز منتوجاته الخاصة بالعمل في ميدان التراث كالصناعات التقليدية مثلا.</p>
التنافسية	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن تتجسد في شكل اعتدالي، دون إلحاق الضرر للآخر، أو حمل ضغينة له.</p> <p>التوجيه العملي: فالمستخدم عليه أن يسعى جاهدا لتحقيق ذاته وتبيين قدراتها، وتعزيز ثقته بنفسه من خلال مقارنتها مع الآخرين.</p> <p>التوجيه الصناعي: على المستخدم أن يستغل الوسط الافتراضي، لإبراز مواهبه والتنافس مع الآخرين بغية تحقيق فوائد معنوية ومادية (البيع والشراء...).</p>

التعددية	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن المستخدم لا يكون متعددًا في هويته الواحدة، وإنما يكون متعدد الاهتمامات ضمن الهوية الواحدة، بما يحفظ جمال وجودها.</p> <p>التوجيه العملي: على المستخدم أن لا يحرص نفسه في مجال واحد، بل عليه أن يكون مهتمًا بأغلب المجالات الحياتية، ومع مختلف الفاعلين.</p> <p>التوجيه الصناعي: وهي أن المستخدم يعمل على الاستفادة من تعدد الاهتمامات، ليبرز في اهتمامات محددة يقوم بتطوير ذاته فيها.</p>
رفض السلطة	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن المستخدم، يحافظ على حريته من كل تسلط، إذا كانت السلطوية تقوم بتشويه جمال وجوده.</p> <p>التوجيه العملي: المستخدم يمارس أنشطته التواصلية بكل حرية، ويعبر عن رفضه للسلطة المشوهة لجمال وجوده.</p> <p>التوجيه الصناعي: على المستخدم أن يحسن استغلال وجود الحرية في هذه المواقع، من خلال الاستثمار في هذا المجال دون قيود كبيرة (سجل تجاري، ...).</p>
رفض التمثيل أو الإنابة	<p>التوجيه الجمالي: الجمال خصوصية فردية، وعليه فالمستخدم يحافظ على فردانية جماله، شريطة أن لا يتعارض مع جمال الجماعة.</p> <p>التوجيه العملي: المستخدم يسعى لعدم ممارسة أي نشاط اتصالي باسمه، على اعتبار أن هويات المستخدمين تتمتع بالاستقلالية.</p> <p>التوجيه الصناعي: المستخدم يسعى لأن تكون له مؤسسات رمزية لفائدته، تعمل على تحقيق المنفعة له.</p>
الإبداع والتميز	<p>التوجيه الجمالي: المستخدم يحاول أن يكون إبداعه ضمن الذوق العام للمجتمع، المحقق لجمال وجوده.</p> <p>التوجيه العملي: المستخدم عليه أن يبرز كل إبداعاته وميزاته المختلفة، في هذه المواقع، بأسلوب ومضمون جمالي.</p> <p>التوجيه الصناعي: على المستخدم أن يحول تلك الإبداعات، إلى مجال نفعي له ولغيره، مع ضرورة وجود اعتبار للمنافسة.</p>
التحكم	<p>التوجيه الجمالي: بمعنى أن يكون المستخدم متحكمًا في عناصر جمال وجوده، ولا يسمح لأحد أن يشوهه له ذلك.</p> <p>التوجيه العملي: على المستخدم أن يتحكم في كل ما ينتج عن المواقف الاتصالية الأخرى، شريطة عدم التحكم في الآخر.</p> <p>التوجيه الصناعي: المستخدم من خلال تحكمه في المنتج الاتصالي، يعمل على توظيفه في عمله الصناعي والإبداعي.</p>
الرقابة	<p>التوجيه الجمالي: المستخدم يعمل على مراقبة كل ما يحيط، بعناصر جماله بغية المحافظة عليها، والابتعاد عما يشوهها.</p> <p>التوجيه العملي: على المستخدم أن يكون على اطلاع بكل الأحداث التي تمه، ليكون شاهدا عليها لا متجسسا حولها.</p> <p>التوجيه الصناعي: يستطيع المستخدم أن يحول الرقابة لنشاط ذا فائدة، كمراسل، أو صحفي مواطن أو..... من خلال نقل الأخبار أولا بأول.</p>
حب الذات	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن المستخدم يعمل على تبيين مظاهر جماله النفسية والأخلاقية أكثر من المظاهر الجسدية.</p> <p>التوجيه العملي: يعمل المستخدم على نشر حالاته النفسية، وما يهم ذاته في اطار اهتمامات الجماعة الواحدة.</p> <p>التوجيه الصناعي: يسعى المستخدم إلى تبيين ذاته في المحطات المناسبة لتحقيق الفائدة، لمواقع الشركات، مسابقات التوظيف ...</p>

الملكية	<p>التوجيه الجمالي: فالمستخدم يقدر بأن ملكيته لهذه المواقع، أي أحد عناصر جماله، لكن عليه أن يدرك أن هذا التملك هو افتراضي.</p> <p>التوجيه العملي: المستخدم يعمل على الحفاظ على حساباته من خلال توفير الأمان لها، (الحساب السري...) كنوع من مظاهر التملك.</p> <p>التوجيه الصناعي: المستخدم عليه أن يتمتع بالثقافة التقنية التي تحميه من القرصنة.</p>
المصدقية	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن يكون المستخدم صادقا في التعبير عن جماله لذاته وللآخر، مما يعطي له قيمة جمالية عند الآخر.</p> <p>التوجيه العملي: وهي أن المستخدم يكون في سلوكه الاتصالي صادقا في التعبير عن هويته أو منشوراته أو تفاعلاته.</p> <p>التوجيه الصناعي: وهي أن المستخدم يكون صادقا في الاستفادة من الخبرات، وصادقا في انتاجاته النفعية.</p>
الثقة	<p>التوجيه الجمالي: بمعنى أن المستخدم يثق في كل التعابير الجمالية المعبر عنها من طرف بقية المستخدمين، مما يفند حالة الاختيانية الجمالية.</p> <p>التوجيه العملي: وهي أن المستخدم يعمل على تعزيز الثقة بنفسه، وفي الآخرين من خلال السلوكيات الاتصالية في المواقف التواصلية المختلفة.</p> <p>التوجيه الصناعي: هذه القيمة من تعطي الزيادة في النفعية، فالمنتفعون إذا ازدادت ثقتهم ببعضهم البعض زادت قيمة النفعية، والعكس صحيح.</p>
السرية	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن المستخدم يسعى للحفاظ على بعض أسراره، خوفا من تقيح جماله الظاهر، لكن على أن لا يكن السر مخالفا لجمال وجوديته.</p> <p>التوجيه العملي: على المستخدم أن يعمل على الحفاظ على سرية بعض الأمور، من خلال عدم التطرق إليها أصلا في هذه المواقع المتكشفة.</p> <p>التوجيه الصناعي: أن بعض الإبداعات تحتاج للسرية، خاصة في ظل نقل الأفكار بتلصصية، الأمر الذي يجعلها شرطا في الصناعة أو التعلم.</p>
التسارع	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن يكون نقل المحتوى بطريقة تماشى مع سرعة الوسيط، دون تشويه لجماله.</p> <p>التوجيه العملي: أن المستخدم يعمل على تنفيذ أعماله التواصلية في هذا الوسيط، بتسارعية تعطي لكل عمل حقه من الإتيان والفائدة.</p> <p>التوجيه الصناعي: المستخدمون اليوم يتجهون إلى كل ما هو تسارعي أدائي، فعلى المستخدم في انتاجاته أن يراعي ذلك في المنتج، وفي أسلوب تقديمه.</p>
الاستغراق	<p>التوجيه الجمالي: على المستخدم أن يستغرق في معاني الجمال، مبتعدا عن الاستغراق في ظاهره.</p> <p>التوجيه العملي: المستخدم يسعى دائما للاستغراق في المحتويات التي يرحو منها فائدة جمالية.</p> <p>التوجيه الصناعي: المستخدم يعمل على تنشيط ملكاته التأملية والتحليلية كأحد النشاطات الإدراكية العقلانية التي تساعده على فهم الواقع.</p>
التنظيم	<p>التوجيه الجمالي: تنظيم عناصر جمال وجود المستخدم، في هذا الوسيط شرط للتناسق الجمالي الصوري.</p> <p>التوجيه العملي: على المستخدم أن ينظم سلوكياته التواصلية في ظل زمن ومكان الاستخدام.</p> <p>التوجيه الصناعي: التنظيم شرط في المنتج الإبداعي، ومهم في تحصيل المعارف والمهارات، وفق تنظيم أولوياتي.</p>

الالتزام	<p>التوجيه الجمالي: على المستخدم أن يلتزم بمعايير الجمال، المحافظة على وجود هويته في هذا الوسط.</p> <p>التوجيه العملي: المستخدم يعمل على الالتزام بكل الالتزامات التي يقطعها مع بقية المستخدمين، شريطة القيام بالتزاماته في الواقع المعاش.</p> <p>التوجيه الصناعي: المستخدمون في هذا الوسط يلتزمون قدر الإمكان بالعود الإنتاجية في المحتوى أو التفاعلات، كشرط لتحقيق المصداقية والثقة.</p>
التجاوز	<p>التوجيه الجمالي: ونعني به التجاوز الحاصل من المعاني المشوهة للجمال، إلى المعاني المحافظة له.</p> <p>التوجيه العملي: وهي أن المستخدم عليه ألا يكتفي بالحضور في مكان واحد فقط، بل يسعى إلى زيارة العديد من الأماكن، شريطة التزام ذلك بالتنظيم.</p> <p>التوجيه الصناعي: وهي أن المستخدم في عمله الإبداعي يكون متجاوزا لما هو سائد، وهنا يخلق التميز.</p>
الاسترجاع	<p>التوجيه الجمالي: ويكون من خلال استدكار عناصر الجمال الموحدة للمستخدم، بغية تحقيق الارتباط بها في كل مرة.</p> <p>التوجيه العملي: على المستخدم أن يعمل على استدكار أهم محطاته الحياتية التي تم الجماعة في هذا الوسط.</p> <p>التوجيه الصناعي: يعمل تنشيط الاسترجاع كعملية عقلية، أحد عوامل التعلم الصحيح لمختلف المعارف والمهارات.</p>
الولاء	<p>التوجيه الجمالي: وهو أن المستخدم يكون وفيا للانتماء المكاني باعتباره أحد مقومات جماله.</p> <p>التوجيه العملي: يعمل المستخدم على نشر كل ماله علاقة بمكانه الواقعي، وتعزيز الانتماء له.</p> <p>التوجيه الصناعي: أن المستخدم يسعى في طرح منتجاته النفعية إلى ما هو خدمة للمكان الافتراضي أو الواقع المعاش، كملح للولاء.</p>
الشبكية	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن المستخدم يقوم بامتدادات جمالية لمن يتقاسم معهم نفس عناصر الجمال.</p> <p>التوجيه العملي: على المستخدم أن يعمل على خلق شبكة من الأصدقاء والمعارف من مختلف بقاع العالم، لتحقيق التشابك.</p> <p>التوجيه الصناعي: هذه الشبكية تسمح للمنتج الإبداعي انتشارا أوسع، كما أن الشبكة التقنية أضحت تخصصا علميا قائما بحد ذاته.</p>
الانسيابية	<p>التوجيه الجمالي: وهي تحقيق الجمال دون حصر لمكوناته، من خلال الانفتاح على بقية العناصر الجمالية الأخرى لبقية المستخدمين والأخذ بالمفيد منها.</p> <p>التوجيه العملي: وهي أن المستخدم يعمل على الانسياب إلى العديد من الأماكن، لكن وفق شكل تنظيمي امتداداتي، بغية التجزأ ضمن المكان.</p> <p>التوجيه الصناعي: على المستخدم العمل على تعزيز منتجاته بروابط أخرى تخدم منتوجه، كنوع من الاستفادة من هذه القيمة (خدمات ما بعد البيع..).</p>
المحلية	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن المستخدم يقدر العناصر المحلية المكونة لصورته الجمالية، ويقوم بالحفاظ عليها.</p> <p>التوجيه العملي: أن المستخدم يعمل على إضفاء طابع المحلية في المحتويات التي ينشرها، أو في العلاقات التي يعقدها مع بقية المستخدمين.</p> <p>التوجيه الصناعي: وهي أن المستخدم يقوم بتعزيز منتوجه محليا أولا، ليتمكن من قياس مدى نجاح فكرته أو فشلها.</p>

التفكك والتجزئية	<p>التوجيه الجمالي: بمعنى أن يتعامل المستخدم مع عناصر جماله ويقدمها بطريقة تفكيكية لكن خدمة للكليانية.</p> <p>التوجيه العملي: على المستخدم أن يهتم بتفاصيل الأشياء وليس عمومها في هذه المواقع.</p> <p>التوجيه الصناعي: التوجه نحو التجزئية، تقتضي التوجه نحو التخصص وتخصص التخصص، الأمر الذي يسمح بميلاد العديد من الصناعات.</p>
التحديث	<p>التوجيه الجمالي: المستخدم عليه أن يقوم بتحديث صورته الجمالية بما يتوافق مع الزمان والمكان، لكن مع الحفاظ على أصالتها.</p> <p>التوجيه العملي: تتمظهر في أن يكون المستخدم منشغلا بحساباته الافتراضية ليس من باب الانبهار، وإنما عاملا على تطويرها من ناحية المحتوى والخصائص</p> <p>التوجيه الصناعي: المستخدم من خلاله يحاول إظهار تخصصات علمية ومعرفية، ومهارات يديوية وانتاجات صناعية، لم تكن موجودة من قبل.</p>
التخييلية	<p>التوجيه الجمالي: وهي أن المستخدم يفتح آفاقه الجمالية، بغية مواكبتها لخصوصية هذه المواقع، دون تشويه للمعاني الحقيقية.</p> <p>التوجيه العملي: أن يرتبط الخيال عند المستخدم بالإبداعية، ويحاول أن يتعد عنه في نقل الواقع.</p> <p>التوجيه الصناعي: أن هذه الخاصية فتحت المجال أمام مهن أخرى على المستخدم أن يستفيد منها(الألعاب الالكترونية، الألعاب الافتراضية...).</p>

2.1 القيم الثقافية المكتسبة والقيمة الأصلية " قيمة الحياء " :

بعد دراسة تمثلات العينة المبحوثة للقيمة الأصلية " الحياء "، نجد أن هناك شبه اتفاق عام على مدلول هذه القيمة، لتبقى هذه القيمة محددة لما يجب أن يكون عليه فعل الاكتساب القيمي، بمعنى أن الالتزام بهذه القيمة في عملية الاكتساب، هي من تجعل القيم السابقة تخرج من دائرة الانصافية، إلى دائرة الفعالية القيمية، والتي تنعكس في السلوك الانساني، بما يرتبط مع القيمة الأصلية، وعموما فإن الحياء لكي يتجسد في سلوك المستخدم لا بد وأن يرتبط بأمرين: عدم التعرض للنقاط التي تمنعها هذه القيمة، ووجود المستحي منه، إلا أن السلوك الاستخداماتي للاكتساب يتجاوز هذه القيمة في الكثير من الأحيان، وهو ما سنتعرض إليه في النقاط التالية:

القيمة	القيمة الأصلية " الحياء "
التعارف	مواضيع الاستحياء: التعارف المرتبط بالجنس الآخر، أو القائم على العلاقات النفعية، أو المتعدد الهويات للشخص الواحد. المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يحاول تجاوز القيود التعارفية لإشباع رغباته أكثر.
الحوار	مواضيع الاستحياء: المواضيع غير الأخلاقية، وعدم التحلي بأداب الحوار (الرد التفاعلي، عدم التجاهل...) المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يحاول نشرها أن يلتزم بالأخلاق لكن في حوار التفاعلي الخاص يتعد عن ذلك.
التفاعل	مواضيع الاستحياء: التفاعل الذي يعطي أهمية لشكل التفاعل، والابتعاد عن المعنى. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم في بعض الأحيان يتفاعل من أجل المبادلة والمعاملة بالمثل، وفي أحيان أخرى لا يلتزم بهذه القيمة إطلاقا.
التفاهم	مواضيع الاستحياء: التفاهم الذي يقضي إلى بناء رموز تشوه المعنى الحقيقي، وتبعده عن غاياته. المستحي منه: الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يحاول خلق إطار مفاهيمي حتى وإن تجاوز القيمة في رمزيته.
الجدال	مواضيع الاستحياء: الجدل المنتج للقطيعة التواصلية، والتعصب للرأي. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم في بعض الأحيان يولد جدالا من أجل الجدل فقط، دون فهمه للكثير من المعطيات نتيجة الحرية التي يتمتع بها.
التشارك	مواضيع الاستحياء: وترتبط بنوعية المضامين التشاركية، والتي تكون بعيدة عن القيمة، أو عدم فهم الموضوع التشاركي. المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم في بعض الأحيان يعمل على مشاركة المضامين، من أجل تحقيق وجوده في هذا الوسط.

الاختلاف	مواضيع الاستحياء: حينما يتجاوز الاختلاف في الرأي، إلى خلاف في السلوك التواصل، وتصبح غاية التواصل هي غاية خلافية صراعية. المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم قد يقطع تواصله مع بعض المستخدمين، أو يضطر لبناء هويات جديدة وشبكة مستحدثة من المستخدمين.
التسامح	مواضيع الاستحياء: حينما يكون التسامح على حساب الخصوصيات والمبادئ العامة. المستحي منه: الدين، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم في الغالب لا يتسامح مع ما يمس خصوصياته الدينية، لكن بعض الخصوصيات الثقافية نرى تنازلا كبيرا عنها.
النفعية	مواضيع الاستحياء: بناء العلاقات بناء على الانتفاع المرتبط بتلبية الرغبات، وإشباع الشهوات. المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يحاول في تواصله قدر الإمكان أن يشبع رغباته بطريقة خفية أو علنية.
الاستهلاك	مواضيع الاستحياء: الاستهلاك المتجاوز للقيمة في بعدها المصدري، وتحول المستخدم إلى عضو غير فعال وسليبي. المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم أمام الفائض المعلوماتي فقد القدرة في استخدام الحس النقدي كما يجب، الأمر الذي أضعف حساسيته اتجاه الأشياء.
المعاملة	مواضيع الاستحياء: تحول المجاملة إلى مجاملة خداعية، تعمل على تزييف حقيقة الرموز، إشباعا للحاجات التواصلية فقط. المستحي منه: الدين، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يتواصل في الكثير من الأحيان ويتفاعل مع رمزية الأشخاص بالنسبة إليه وليس مع ما يطرحونه من رسائل اتصالية.
الارتباط بالدين	مواضيع الاستحياء: المساس بالعقيدة أو الرموز الدينية. المستحي منه: الدين. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يستحي من الآخر على حساب الدين، ما يفسر التزامه بالأمر العقائدية بينما السلوكية تكون نشريا ارضاء للآخر.
الحفاظ على اللغة	مواضيع الاستحياء: سب اللغة ومحاربتها من حيث رمزيتها. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يعتبر اللغة رمزا غير قابل للاستخدام، فل يمكنه المساس بها، وفي نفس الوقت لا يقوم باستخدامها.

مواضيع الاستحياء: المواجهة الصريحة للمخزون العادتي ورفضه. المستحي منه: الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يتهكم على بعض العادات، ويقوم في بعض الأحيان من إفقاد رمزيتها وطرح معايير جديدة لإحيائها.	الحفاظ على العادات والتقاليد
مواضيع الاستحياء: تشويه التاريخ والمساس بالرموز الوطنية. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يعتبر إحياء التراث في الغالب عودة للوراء، ويستعمل الماضي لنقد الحاضر.	إحياء التراث
مواضيع الاستحياء: تحولها من وسيلة إلى غاية. المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: التنافسية أصبحت بشكل الوجود في هذا الوسط، وليس بالمضمون والفائدة التي تقدمها الذات المستخدمة في الغالب.	التنافسية
مواضيع الاستحياء: التعدد المرتبط بالتخفي لإشباع رغبات تبتعد عن القيمة. المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يعمل على التعددية، لكنه يستحي من كشف أمره أمام الآخر، دون اعتبار للدين أو النفس.	التعددية
مواضيع الاستحياء: رفض السلطة الدينية أو الرمزية أو التنظيمية. المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يسعى لرفض السلطة التنظيمية ويعمل على تعزيز التمرد لديه.	رفض السلطة
مواضيع الاستحياء: التمثيل أو الانابة المحرفة في حق إيجابيته، أو التي ترتبط بالابتعاد عن القيمة. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يرفض تمثيله لكن في نفس الوقت يسعى إلى الاستفادة من آراء الآخرين وتبنيها على أساس أنه هو مبدعها.	رفض التمثيل أو الإنابة
مواضيع الاستحياء: الإبداع المرتبط بتجاوز الواقع وسلطة المجتمع. المستحي منه: الدين، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يحاول خلق إبداعات تتفق في الغالب مع إبداعات عصره(التصميم، الفن...)، والتميز المنسجم مع شكل وجوده.	الإبداع والتميز

التحكم	مواضيع الاستحياء: التحكم المبني على سلب الإرادة. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يستلب إرادته بطريقة غير إرادية ومُلَكها للتقنية، بينما يحاول جاهدا في التحكم بالآخر.
الرقابة	مواضيع الاستحياء: مراقبة الآخر والتكشيف عليه. المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يسعى قدر الإمكان للإحاطة بكل شيء، والتكشيف ل/على الآخر.
حب الذات	مواضيع الاستحياء: إبراز المفاتن وعدم التحلي بأخلاقيات البروز. المستحي منه: الدين، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يسعى لعرض كل تفاصيل ذاته ونقلها، كنوع من البروز، بل قد تحول إلى مجال تنافسي.
الملكية	مواضيع الاستحياء: الغلو في التملك المؤدي للتعلق الزائد بهذه الوسائط. المستحي منه: النفس. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم اقتنعه بتملك هذه المواقع هو ما جعله يسعى دائما لقضاء وقته ضمن ملكيته الخاصة، والعمل على عدم المساس بها.
المصدقية	مواضيع الاستحياء: الابتعاد عن الكذب. المستحي منه: الدين، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يبتعد عن المصدقية المتعلقة بهويته كنوع من المخاتلة، ويبتعد عن التطابق بين الرسائل الاتصالية والسلوك في الغالب
الثقة	مواضيع الاستحياء: الشك في هويات المستخدمين. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم لا يثق في أي شخص في هذا الوسط، إلا من خلال معرفته الواقعية للمستخدم الموثوق به.
السرية	مواضيع الاستحياء: الاستحياء من الكشف عن خصوصياته، المتعلقة بعلاقاته مع الآخرين ومحتويات الحوارات والتفاعلات الدائرية. المستحي منه: الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يحاول قدر الإمكان الالتزام بالسرية الخاصة به ، لكنه في نفس الوقت يحاول الكشف عن أسرار الآخر.

التسارع	مواضيع الاستحياء: التسارعية المؤدية لعدم إتقان العمل والقيام به على أكمل وجه. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يهمله القيام بكل شيء، لكن لا تهمة تفاصيل القيام بذلك.
الاستغراق	مواضيع الاستحياء: الإضرار بالوقت المعاش، والتهرب من الالتزامات. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يستغرق بالقدر الذي تتوفر فيه الظروف الاتصالية، الأمر الذي يوقعه في الغالب في المواضيع الاستحيائية.
التنظيم	مواضيع الاستحياء: الفوضى الزمنية، وتداخل الأوقات المخصصة لكل سلوك. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم قلما يلتزم بالتنظيم سواء في ترتيب أولوياته الاستخدامية، أو في تقسيم الوقت المخصص للاستخدام.
الالتزام	مواضيع الاستحياء: الالتزام غير العادل بين مختلف الواجبات في الوسط الافتراضي، أو الالتزام البعيد عن القيمة. المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يلتزم بشكل وجوده، ويتهرب من التزاماته الواقعية.
التجاوز	مواضيع الاستحياء: تجاوز الأحداث وعدم إعطاءها الوقت الكافي للتحليل. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يعمل على تجاوز الأزمنة بقدر ارتباطه بالمنفعة وليس القيمة.
الاسترجاع	مواضيع الاستحياء: استرجاع الزمن البعيد عن القيمة، بكل ما يرتبط بفعاليته. المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يسترجع ما له علاقة بذاته وببرزها، وبما يتوافق مع الآخر، دون اعتبار للقيمة في الغالب.
الولاء	مواضيع الاستحياء: الولاء المرتبط بالمكان دون اعتبار للقيم الموجودة فيه. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يعمل على تعزيز انتماءه، من حيث هو فرد في المكان، ولا يلتزم بمعايير الرموز الثقافية السائدة فيه.

<p>مواضيع الاستحياء: بناء شبكات عبر مختلف الأمكنة لا ترتبط بالقيمة. المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يحاول أن يرتبط بأكبر عدد ممكن من المستخدمين عبر مختلف الأمكنة، فهو يهتم بالكم ويتعد عن النوعية.</p>	الشبكية
<p>مواضيع الاستحياء: عدم القدرة في التحكم بالزيارات الافتراضية لمختلف الأمكنة الموجودة في هذه المواقع. المستحي منه: النفس. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم في الغالب لا يتحكم في الأماكن التي يتعرض لها أثناء الاستخدام، إلا إذا كان مرتبطا بغاية قبل بدء ذلك.</p>	الانسيابية
<p>مواضيع الاستحياء: تنافي الانتماء للأصل المكاني، والعمل على تشويبه رمزيا. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يعطي أهمية للمكان المحلي، لكنه عرضه بطريقة تهكمية في الغالب، ويجعله دائما في مجال تنافسي مع غيره من الأمكنة.</p>	المحلية
<p>مواضيع الاستحياء: الاهتمام بالتفاصيل الخاصة بكل ما هو مصور في المكان. المستحي منه: النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم يتميز بالاحاطة بكل شيء، لكن التفاصيل التي يتتبعها في الغالب هي تفاصيل تكشفية غير مهتم بما هو قيمي.</p>	التفكك والتجزئية
<p>مواضيع الاستحياء: التنافي مع الخصوصيات والوفاء لمعاني الرموز الثقافية. المستحي منه: الدين، النفس، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: تظهر التحديث التقني بينما يبقى في الغالب المستخدم محافظا على انطباع الآخر عنه.</p>	التحديث
<p>مواضيع الاستحياء: الخيال المتنافي مع القيمة، والمشوه للواقع. المستحي منه: الدين، الآخر. تجاوز الحياء في الواقع: المستخدم في الغالب يعمل على تطوير خائليته وفق ما يتلاءم مع رغباته ورغبات المجموعة المستخدمة، باعتبارها بديلا للواقع.</p>	التخيلية

3.1 رهانات الاكتساب القيمي في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي :

يعترض الشباب بصفة خاصة، والمستخدمين بصفة عامة لمواقع التواصل الاجتماعي، مجموعة من الرهانات للاكتساب القيمي، وهي التي تقوم في الكثير من الأحيان على نقل القيمة من الاكتسابية الفعالة إلى الاتصافية، فلقد لا حظنا من خلال التحليل القيمي، أن الشباب يكتسب مجموعة من القيم، لكنه يبتعد في الكثير من الأحيان عن المعنى الحقيقي للقيمة المرتبطة بالمصدر، وبالتالي يصبح اكتسابه لها من باب الاتصاف وليس من باب الفعالية، وهذا ما يعمل على تشويه القيمة، وإبعادها على المقصد الحقيقي لها، وتمثل هذه الرهانات في:

التعلق بالصور: فالمستخدم أصبح يتعلق باستخدام هذه الشبكات، متمثلا هذا الرهان في الأفعال الاستخداماتية التالية:

- التوسط بالصور، فأصبحت الصور واسطة المتفرج في علاقاته بذاته وبالآخرين وبالعالم.
- تملك المصورات، إذا أن نظر المستخدم يزدوج باللمس، فكأن عينه أصبحت يدا تُمسك بالمنظور إليه.
- الإضرار بالقدرات، إذ أثر الإدمان على الصور سواء في القدرات الجسمية والنفسية والفكرية للمستخدم.
- استبدال الوهم مكان الحقيقة، إذ أضحي المستخدم يقدم الصورة على المصور، بل يستغني بها عنه.
- الإيقاع في التلصص، إذ صار المستخدم يلتذ بالنظر إلى الصورة التذاذ المتلصص بالنظر إلى المصور.

الأمر الذي يجعل المستخدم أكثر اتصافا بالقيمة دون الارتباط بها تفعيلا، ولتجاوز هذا الرهان، لا بد له من الارتباط بقيمة الحياء:

- أن نسبة الحياء إلى الأخلاق كنسبة الرحمة إلى الصفات الالهية، ذلك أن الفطرة عبارة عن مستودع القيم الأخلاقية والمعاني الروحية، وقد أثبتنا في موقف سابق أن الحياء هو الخلق الفطري الرئيس الذي تتفرع عليه باقي الأخلاق السنية.
- أن الحياء كله خير، فيتعلق الحياء بالرحمة تعلقه بالخير، فيلزم أن الحياء رحمة في حق الشاهد الالهي كما هو رحمة في حق المستخدم الانساني، فالشاهد الأعلى "حيي ستير" و"حيي كريم"، والستر لا يوجد إلا بوجود المغفرة، والكرام لا يوجد إلا بوجود النعمة، والمغفرة والنعمة صورتان متميزتان من صور الرحمة، كما أن المستخدم الإنساني، إن استحيا من ربه استجلب الرحمة منه، وإن استحيا من نفسه، دعا لها بالرحمة، وإن استحيا من غيره، التمس فيه الرحمة.

- أن المستخدم الحيي يمنعه حياؤه من إذاية غيره، ظاهرا وباطنا، فلا يسلبه ما يؤذيه سلبه، كما لا يضر له ما يؤذيه إضماره له، بل يمنعه من أن يقابل المعاملة بمثلها لو عرضت لها شبهة الأذى، بل، أكثر من ذلك، قد يمنعه حياؤه من الشكوى من الأذى، متحملا له وصابرا عليه، نظرا لشعوره بأن عدم الصبر عليه إيذاء لغيره، وأن إيذاء غيره إيذاء لنفسه، فذو الحياء يتأذى ولا يؤذي، ومن كان بهذا الوصف لا يكون إلا رحيمًا، فكل حيي رحيم.

التجسس: بوصفه علاقة الإنسان المعاصر بالمخفي من المعلومات، وذلك على الأوجه التالية:

- الغلو في المراقبة، إذ تعددت المؤسسات التي تمارس المراقبة، كما تنوعت الآلات التي تتوسل بها.
- النفوذ إلى الحياة الخاصة، إذ أضحي المتجسس يتعدى إلى البحث عن تفاصيل باطن الأشياء لا ظاهرها.
- طلب الإحاطة بكل شيء، إذ انه بات ينشد أن يحيط علما بالفرد والمجتمع والعالم إحاطة لا تغيب عنها أية معلومة، كائنة ما كانت.
- الرغبة في التحكم بكل شيء، إذ صار يسعى إلى أن يسخر الكائنات ويتصرف في الاستهلاك ويمكن السلطة ويعزز الذات.

الأمر الذي يجعل المستخدم أكثر اتصافا بالقيمة دون الارتباط بها تفعيلا، ولتجاوز هذا الرهان، لابد له من الارتباط بقيمة الحياء:

- فالمتجسس يتصف بخاصية بارزة وهي منازعته للشاهد الأعلى، سبحانه وتعالى في ألوهيته، والمراد بالمنازعة هو أن ينسب إلى نفسه صفات الألوهية، ولا يلزم أن تكون هذه النسبة مصرحا بها، بل لا يلزم حتى أن يكون مشعورا بها، لأن المتجسس قد يكون استضمرا في نفسه، متصرفا في شؤونه على وفق ما أضمره وهو غير واع به، فيأتي أفعالا ينسبها إلى نفسه نسبة مطلقة، أسبابا ونتائجًا، أشكالًا وطرائق، والراجح أن الحضارة المعاصرة حملت المنتسبين إليها على استتعمار منازعة الألوهية لطول الأمد الذي يفصلهم عن تأثير الكنيسة.
- وعليه، يتوجب على المستخدم أن يقوم باخراج نفسه من أشكال المنازعة الالهية، متبعا في ذلك طريقة وجدانية نفسية، ذات صبغة اشتغالية تجعله يقبل على العمل بشغف ويقوم اعوجاج أخلاقه، وبالتالي المستخدم إذا استحضر الحياء في تصرفاته الاستخداماتية وجعل نفسه دائما بأنه مخلوق لابد له وأن يستحيي من الخالق، ولا ينازعه في صفته، تحول المتجسس من فعل التجسس إلى فعل الشاهدية، وأضحى التجسس شهادة، وهو ما يرتبط بالقيمة.

التكشيف: بوصفه علاقة الإنسان المعاصر بالآخر الناظر، متفرجا كان أو متجسسا أو ناظرا غير متفرج ولا متجسس، محدد التكشيف في الخصائص التالية:

- إبداء الكل، إذ أضحي المستخدم، فردا كان أو جماعة، يظهر منه كل ما استطاع، جسميا كان أو نفسيا.
- إبداء الباطن، إذ أخذ يفشي أسراره ويودعها حساباته في شبكات التواصل الاجتماعي.
- حب الوجود، إذ أضحي يقرب وجوده بظهوره واشتهاره، سعة وقيمة.
- استهواء الآخر، إذ يطلب أن يؤثر في الآخرين، حاملا لهم على التكشيف كما تكشيف.

الأمر الذي يجعل المستخدم أكثر اتصافا بالقيمة دون الارتباط بها تفعيلا، ولتجاوز هذا الرهان، لا بد له من الارتباط بقيمة الحياة:

- ينبغي تجاوز الكيفية التي يتبعها المتكشيف في رفع لباس الحياة، والتي تتلخص في الانتقال من "التعدي" إلى "التحدي"، إذ يعلم يقينا أن الحياة قيمة يرغب فيها الناس، تخليقا للتعامل بينهم، لكنه ينتهكها، رافضا لها، لا رفض الشيء الموجود المطلوب، حتى إنه لو وجد بين أظهرنا من لا يعبرونها اهتماما كبيرا، لسعى إلى إقناعهم بأهميتها، حتى إذا اقتنعوا بها، عمد إلى خرقها، وإلا تركهم إلى غيرهم ممن يتعاملون بها بصورة أو أخرى، حتى يتكشيف أمامهم، مستمتعا بالصدمة التي يحدثها لهم، أو متطلعا إلى أن يأتوا ما أتى من التكشيف، حتى يرى منهم ما رأوا منه أو أكثر مما رأوا.
- أن الالتزام بالحياة، في تجنب التكشيف، يقتضي عدم الإضرار بالآخر، فغرض المتكشيف ليس التفرد بتحدي الحياة، بل السعي إلى أن يشرك الآخرين فيه، فيتكشيفوا كما تكشيف، ليعني تحديه لهذه القيمة، كأنه يتحداها في كل واحد منهم، جاعلا من منظورية الآخرين امتدادا لمنظوريته، من ثم، فاق حرص المتكشيف على "المنظورية" حرص المتفرج على "الناظرية"، إذ المتعلق بالصورة، يخلو بتعلقه، مكتفيا بتعدي الحياة، بينما المتكشيف لا وجود له بغير منظورية يتحدى بها الحياة، بل إن وجوده يتمكن بقدر ما تمتد منظوريته المتحدية لهذا الخلق.

2. قراءة نقدية لنتائج الدراسة:

1.2 التفاعل في ضوء نتائج الدراسة:

كنا قد تطرقنا في بداية الدراسة وبالضبط في الإشكالية التي انطلقنا منها، على أن هذه المواقع من الجانب التواصلية تتمظهر بشكل جلي في كل الكتابات بأنها مواقع تفاعلية، انطلاقا من أن ميزة هذه المواقع في الجانب التواصلية الأكثر حضورا هي التفاعلية، و مع أن نتائج الدراسة قد بينت بان استخدام هذه المواقع لا يعني بالضرورة أن يكون المستخدم متفاعلا، لكن سنحاول فيما سيأتي من تحليل، مناقشة التفاعل من حيث شكله أو -إن شئت قل - من حيث التمثيل الموجود في الممارسة الاستخداماتية لهذه المواقع، وذلك من خلال ملاحظتنا، مسقطين ذلك على التفاعل الاجتماعي في الواقع المعاش والذي تكلم عنه بشكل واضح الباحث السوسيولوجي (ايريك غوفمان).

- يقين الفاعل conviction de l'acteur

فالفاعل يرغب على نحو ضمني في أن يثق المشاركون في صدق الانطباع الذي يريد أن يحدثه لديهم في هذه المواقع، فهو يرغب في أن يصدق هؤلاء الشركاء أن الشخصية الاجتماعية التي يلعبها تمتلك بالفعل الخصائص التي تظهر عليها أثناء التفاعل.

فقد يكون مفيدا بنظر (إ.جوفمان) فحص ما إذا كان الفاعل نفسه يعتقد في الانطباع الذي يلعبه، فيعتقد في أن انطباع الواقع الذي يحدثه هو الواقع ذاته، فقد يثق جمهوره_باقي الشركاء_ (وهذا هو الذي يحدث في الأغلب) في هذا الانطباع ويصدقونه¹.

- الواجهة La façade

الواجهة هي تحديد ما يسمح لتشخيص الدور بتثبيت التحديد الذي طرحه الفاعل للوضعية. والواجهة هي تلك الترسنة الرمزية التي يوظفها الفاعل عادة، عن قصد أو عن غير قصد، أثناء لعبه لدوره في لحظة التفاعل الاجتماعي عبر هذه المواقع.

ويعمل إ.جوفمان هنا على تحديد الأجزاء المختلفة المكونة للواجهة، وهي الديكور والواجهة الشخصية. فأما ديكور التفاعل فهو يحتوي التجهيز المادي الأساسي الموجود في مكان التفاعل الاجتماعي (الحسابات الافتراضية)

¹ Erving Goffman, La mise en scène de la vie quotidienne, La Présentation de soi, op.c, p25

والأشياء المرتبطة بما هو ثانوي كالأكسسوارات المساعدة على التفاعل (الرموز، الاختصارات...) ¹.

- الخصائص التقنية :

يؤكد (إ.جوفمان) على ثبات الديكور، بشكل عام، بحيث أن الفاعل الذي يريد جعل ديكور ما جزءا من تقديمه لذاته ونشاطه، أثناء التفاعل، ينبغي له أن ينتقل للمكان المناسب الذي يحتوي الديكور المطلوب. ² ومثال ذلك في العملية الاستخدامية للمواقع، هو أن المستخدم يقوم باختيار المواقع التي تساعد على تقديم ذاته ونشاطه، بل وفي الكثير يعمل على خلق امتدادات لها غير مكثفي بموقع واحد.

ويميز (إ.جوفمان) كذلك في مكونات الواجهة الشخصية، بين (المظهر) و (النهج) (manière) (appearance)، وهو الحاصل عند المستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي.

وذلك تبعا للوظيفة التي تقوم بها هذه الجوانب في عملية التواصل. فإذا كانت وظيفة الخبر الذي يتم إرساله من طرف الفاعل داخل التواصل يتصل بوضعه الاجتماعي، فإن الأمر إذاً يتعلق ب(المظهر). كما أن السلوك المتصل بالمظهر يمكنه أن يخبرنا، عند لحظة التفاعل، عن الطقس الذي يشارك فيه الفاعل عند هذه اللحظة.

فقد يكون الفاعل في هذه اللحظة يمارس نشاطا اجتماعيا رسميا أو عملا، أو نشاطا ترفيهيا، أو أن يكون الفاعل يحتفي بمرحلة جديدة من مراحل حياته. أما بالنسبة لمفهوم "النهج" فإن إ.جوفمان يوظفه لكي يعلن بواسطته المؤشرات التي تحدد لنا الدور الذي يعتزم الفاعل القيام به ضمن وضعية تفاعلية معينة. فالسلوك الشرس الذي قد يسم أسلوب الفاعل أثناء التفاعل، قد يخبر عن إرادته في لعب دور يعمل من خلاله على التحكم في وضعية التفاعل، أو توجيهها، يقول إ.جوفمان هنا: ((أساليب وقحة أو شرسة يمكن أن تعطي الانطباع بأن الفاعل يقصد أخذ المبادرة داخل التفاعل وإدارة تسلسل أحداثه، بينما الأساليب المتواضعة توحى بأن الفاعل مستعد للانمحاء وراء شركائه، أو على الأقل يمكن أن يقاد إلى لعب هذا الدور)). ³

¹ - Ibid,p26.

² - Ibid,p28.

³ - Ibid,p29.

– التحقيق الدرامي للدور la réalisation dramatique

ضمن هذا المستوى من التحليل للتفاعل الاجتماعي، نحاول أن نفسر أسباب تركيز الأفراد والجماعات على إظهار بعض علامات السلوك دون أخرى، رغبة منهم ألا تمر أثناء التفاعل غير مدركة من طرف الآخر ، فيظهرون هذه التعابير على نحو فيه من التمثيل المسرحي الشيء الكثير، وهذا الذي عبرنا عنه بقيمة المجاملة.

فأثناء التفاعل يكون الفاعل مضطرا، إن أراد أن يعبر عن شيء ما يريد أن يوصله إلى شريكه في التفاعل، أن يظهر على نحو بارز ، ولو في جزء من ثانية.¹

ومما يلاحظه (إ.جوفمان) هو أن محاولات بولوج درجة عالية من التحكم في التعبير لإظهار أدوار معينة على حساب أخرى يجعل العديد من الأشخاص يسقطون فيما يسميه مشكلة مفارقة التعبير والفعل: إذ بقدر ما نرغب في إظهار دور معين في تعبيرنا قد نسقط في عدم القدرة على إظهاره في أفعالنا على الصورة التلقائية التي يجب أن يظهر بها. ومن مقاصد (إ.جوفمان) هنا هو أن يبرز كيف أن مثل هذا السلوك _التحقيق الدرامي للأدوار _ يولد الجماعات والطبقات الاجتماعية. يقول إ.جوفمان بهذا الصدد: ((يميل أعضاء جماعة معينة أو طبقة من الأفراد إلى الانخراط على نحو شخصي في بعض الأدوار الخاصة، و إيلاء أدوار أخرى ذات أهمية أقل))²، وهو الأمر الذي يجعلنا نميز بين الاهتمامات المختلفة للمستخدمين.

– تحقيق المثالية L'idéalisation

بالنسبة للتفاعل في هذه المواقع، فإن الفاعل يعمل ضمنها بمختلف الوسائل على خلق انطباعات معيارية خاصة فيما يتعلق بالمحتوى النسبي الظاهر في هذه المواقع لدى بقية المستخدمين، بحيث يحول الفاعل وضعية تفاعلية معينة إلى صورة مثالية. و الأمر يتعلق هنا، إذا ما تبيننا وجهة نظر دوركهام (1858م-1917م) وراي كليف براون (1881م-1955م) ، بنوع من الاحتفالية، أو إعادة إحياء للقيم الأخلاقية الجامعة . ولذلك يعتبر (إ.جوفمان) أن التفاعل الاجتماعي مناسبة يعمل خلالها الفاعل على إضفاء صورة مثالية على تعبيره، وهو الأمر الذي يضفي على نشاط الفاعل أثناء التفاعل طابعا احتفاليا. والقصد بالنسبة (لجوفمان) هنا هو أن يفسر نزوع الأفراد والجماعات أثناء تقديمهم لدوائهم في لحظة التفاعل إلى إضفاء طابع مثالي على تعبيراتهم.³

¹ - Ibid, p 36.

² - Ibid, p39.

³ -Ibid, p41.

– انسجام التعبير La cohérence de l'expression

انطلاقا مما سبق ، يعمل الفاعل في العادة أثناء تفاعلاته داخل الحياة الافتراضية إلى إعطاء بعض العلامات التي يريد من خلالها أن يعطي أهمية خاصة لبعض ما يريد تمريره أثناء التفاعل مثل بعض رموز الحالات النفسية ونؤكد على أن هذا الميل الاعتيادي يحمل نتائج محيطه، ويرجع ذلك إلى الطبيعة التأويلية للعلامات من لدن الجمهور الذي يتفاعل معه الفاعل.

فقد يعطي بقية المستخدمين لهذه العلامة أو تلك دلالة مخالفة لتلك التي يقصدها الفاعل، كما أن بعض التعبيرات التي نتجت عن الفاعل بفعل سوء تصرف أو بالصدفة، دون أن يكون قد قصد أن يعطي هذه العلامات أي معنى خاص، قد يعطيها المستخدمون الذين يتفاعل معهم هذا الفاعل معنى محرجا. ولهذا يعتبر (إ.جوفمان) أن الفاعلين لكي يتفاعلوا وفق احتياط من مثل هذه الوقائع التي تحدث أثناء التواصل، فإنهم يتصرفون وكأنهم مسؤولون تمام المسؤولية عن كلما يحدث عند تقديمهم لذواتهم ونشاطهم أثناء التفاعل.

فهم يهتمون بكل جزئيات ما يحدث أثناء التفاعل مهما كانت صغيرة وغير ذات أهمية، بحيث يعملون على ألا تعطي هذه الأحداث أي انطباع محرج لهم، وأن تعطي بالأحرى انطباعات ملائمة للتحديد العام للوضعية التفاعلية¹.

– المخاتلة La mystification

تقوم التفاعلات في الوسط الافتراضي على نوع من المخادعة التي تعد أساس إقامة الفاعل لجال مثالي يحيط به نفسه، وهذا المجال يختلف في الحجم بحسب اتجاه التفاعل واختلاف الأشخاص الذين يربط الفاعل معهم علاقات، من هنا فإن الفاعل يحاول أثناء التفاعل أن يكون حذرا في كل ما يقول أو يفعل حتى يحمي تلك الدائرة المثالية التي يحيط بها نفسه، وهذا الحذر هو بحد ذاته مخاتلة. وهنا يجيل (إ.جوفمان) على دور كهائم الذي يقدم ملاحظة من نفس النوع عندما يقول: ((الشخصية الإنسانية هي شيء مقدس، لا نجرؤ على اغتصابها، إذ _ نبقى على مسافة من نطاق الشخصية، في ذلك الوقت الذي هو فيه الالتحام بالغير خيرا أسمى)).²

¹ – ibid,p43.

² – Ibid,p45.

- الفرق les équipes أو المجموعات الافتراضية:

يقصد بمصطلح "فريق" مجموع الأشخاص الذين يشاركون في عملية إخراج دور معين أثناء التفاعل.¹ فالمستخدم يعامل ذاته، في هذه المجموعات الافتراضية باعتبارها جماعة، فهو يحاول ألا يحدث نفسه بما لا ينبغي ذكره من أشياء يعلمها أو سبق أن تعلمها وهذا يعني أنه يكون في ذات الوقت الفاعل وجماعة التفاعل. إذا يحاول أن يستدخل قيم الجماعة ويعمل على المحافظة عليها عند ولوجه إلى حساباتها، لدرجة أن وعيه يفرض عليه التصرف على النحو المقبول في هذه المجموعات.

ولابد تبعاً لـ (جوفمان) أن يقوم هذا السلوك على ميكانيزمات الكبت و الانخضاع- الذاتي Auto-duperie التي يفحصها المحللون النفسيون. إلا أن (إ. جوفمان) يوجه نقداً للدراسة السيكولوجية لهذه الميكانيزمات بقوله: ((في المنظور الفردي نميل إلى معالجة ظواهر الانخضاع- الذاتي وعدم الصدق باعتبارها مظاهر ضعف مزاجية تولد من أعمق ما يوجد في الشخصية الفردانية. وسيكون من الأفضل ممارسة التحليل بالانطلاق من خارج الفرد إلى داخله بدل العكس، يمكن القول أن فاعل فردي يعمل على المحافظة على تحديد الوضعية أمام جمهور معين ستكون هي نقطة انطلاق التحليلات اللاحقة. و يصبح هذا الفرد، الذي يحترم واجب المحافظة على توافق مؤقت، أوتوماتيكياً غير صادق عندما يشارك في أدوار مختلفة أو يلعب دوراً معطياً أمام جماهير متباينة. يمكن اعتبار الانخضاع الذاتي ظاهرة تنتج عندما ينتهي دوران متباينان، دور الفاعل ودور الجمهور، إلى الاجتماع في نفس الشخص)).²

- الجهات والسلوك الجهوي Les régions et le comportement régional

تحدد جهة التفاعل باعتبارها المجال المكاني الذي يمتد إليه الانطباع الذي يحدثه لعب الأشخاص لأدوارهم أثناء التفاعل، في زمن محدد. بحيث يتمكن كل الأشخاص المتواجدين في مكان التفاعل الاجتماعي من رؤية ما ينشره المتفاعلون والتأثر به. ويشير هنا إلى أغلب التفاعلات تتم ضمن مجال مكاني واحد يضم الفاعل وبقية المستخدمين.

مع ذلك فإن (إ. جوفمان) يشير أيضاً إلى أن المكان الموحد للتفاعل لا يمنع من وجود نشاط تفاعلي مكون من أنوية متميزة أو من مجموعات للتفاعل اللفظي³، وهو ما حصل أثناء تعدد التفاعلات في اللحظة الواحدة عبر هذه المواقع.

¹ - Ibid, p46.

² - Ibid, p p 82-83.

³ - Ibid, p 105.

2.2 نتائج الدراسة في ضوء نظرية الممارسة :

- الهايتوس:

يتمحور العمل الذي يقوم به المستخدمون في هذه المواقع حول مبدأ الهايتوس مشكلا الأرضية المادية التي تتوثق فوقها الروابط المتعددة بين الدوافع الاجتماعية وأفعال الأفراد وأعمال الجماعات في هذا الوسط، على هذا النحو الهايتوس هو طريقة في الوجود وحالة مجنحة للروح ووضعية اجتماعية مترابطة في الفضاء الافتراضي.

ويمثل الهايتوس مبدءا مركزيا في رؤية المستخدم عن طريق المستخدمين الآخرين وتعيّنهم في التاريخ الملموس ويلتصق بالنشاطات العملية ويساعد على تشخيص كلية الواقع الافتراضي وينتج مقارنة استعراضية متعددة العوامل للمستخدم، ويمثل نقطة الصلة بين الأبعاد النفسية والاجتماعية وشبكة التواصل بين الأشكال اللغوية والفيزيائية والثقافية والرمزية. أضف إلى ذلك أن تجربة الهايتوس تحولت إلى مطبوعة تترك بصمات من نمط استخداماتي على شخصية الأفراد تحت تأثير مختلف التشكلات التي تحدث لهم في المواقع التي يندمجون فيها، بمعنى آخر هي طريقة دائمة في الإحساس والتفكير والفعل داخل هذا الوسط.

عندئذ " الهايتوس هو نتاج لعمل الانغراس والامتلاك الضروري لكي تتمكن المنتجات في التاريخ الجماعي التي هي بنى موضوعية (على سبيل المثال اللغة والعادات، الخ.) من إعادة إنتاج نفسها في شكل تصرفات دائمة، في جميع الكائنات الحية وتخضع بشكل مستمر إلى نفس الشروط، ثم توضع في نفس الظروف المادية للوجود.¹ من جهة أخرى ان الهايتوس هو نسيج التصرفات الفردية التي تقطع مع كل الحتميات المتعالية وتجعل من الحتمية الاجتماعية ترتكز فقط على قدرات الأفراد.

بناء على ذلك يسلط مفهوم الهايتوس الضوء على ميكانزمات اللامساواة الاستخداماتية وظاهرة التمايز في المراتب بين المستخدمين ويفسر تلك الظاهرة بالرأسمال الرمزي وما يسببه من مظاهر التكيف الاجتماعي للمستخدمين مع قيم هذا المجتمع الافتراضي في إطار نسق من الاستعدادات الموجهة والمضبوطة بحيث يتحركون ضمن نشاطات استخداماتية مسموح لهم بها فقط.

ومن بين الخصائص العامة للهايتوس يمكن أن نذكر القدرة على الاستمرارية والديمومة والبقاء والجاذبية والتأثير والتوجيه والمغناطيسية حينما يتم تقمصه والانخراط فيه من طرف المستخدمين وتنتقل ملكيته وقابليته للاستعمال من طرف إلى آخر حسب التفاعلية الموجودة في هذه المواقع مع الآخر، وإخضاع الفعل الذاتي والاعتقادات الشخصية إلى جملة من القواعد والتحديدات الموضوعية.

وعلى الرغم من أن هذه المواقع تعتبر حقل لعب حر بين المستخدمين الذين يراهنون على مصالح فردية ومشاركة وإذا كان الهايتوس هو نسق من الاستعدادات للمنسجمة مع قواعد اللعب في هذا الحقل فإن المطلوب من الفاعلين

¹ - Bourdieu Pierre, Esquisse d'une théorie de la pratique, Seuil, 2000,p282.

هو الانخراط في الحقل القيمي وحفظ قواعد اللعبة والتعود على ممارستها واستثمار هذا اللعب من أجل تحقيق أقصى حد من المنافع الممكنة بالنسبة الى الذات والمجتمع على السواء والذي يدخل في إطار الممارسة الاستخداماتية انطلاقا من القيمة الثقافية.

- الرأسمال القيمي الثقافي:

"لابد من التذكير بوجود رأسمال ثقافي وهذا الرأسمال يوفر أرباح مباشرة...وأرباح تمايز، والتي تنجم عن ندرته، أي واقع توزيعه غير المتساوي"¹

إذا كان الرأسمال الاقتصادي هو مجموع العائدات والثروات الاقتصادية للفرد، وإذا كان الرأسمال الاجتماعي هو الثروات الناتجة عن إقامة شبكة مستقرة من العلاقات التفاعلية والتعارفية، فإن الرأسمال القيمي الثقافي في هذا الوسط هو رأسمال رمزي يحظى بتقدير معنوي من قبل المستخدمين، أنتجته الممارسة الاستخداماتية من خلال إفراز مجموعة من القيم الثقافية، كونت لدى الشاب رأسمالا يتمظهر في القيم الثقافية المكتسبة التي تم التعبير عنها سابقا.

هكذا ينظم التمايز بين المستخدمين داخل الفضاء الافتراضي في إطار مواقع مختلفة من أجل لعب أدوار متكاملة تجعل من الهايتوس يحافظ على جاهزيته ويحقق تماسك النسيج الشبكاتي، كما يربط التحليل المعرفي لهذا المجتمع الافتراضي بالنقد الاجتماعي للثقافة والقيم واستعمالاتها كوسائل للهيمنة والتحكم ويخضع التمييز بين الحسن والقبح وبين الغالي والرخيص وبين اللامع والمتهرئ الى تملك القيمة وربطها بالمقصد الحقيقي للمصدر، وتفعيلها ثقافيا.

- المجال:

يعرف (بورديو) المجتمع على أنه "تركيب حقول وتنضيد مجالات مثل الاقتصاد والفن والدين والرياضة والثقافة ويحدد الحقل بكونه فضاء اجتماعي يخضع لقواعد لعبة تنافسية معينة ويسيره منطق و يتموقع فيه الفاعلون حسب دورهم في اللعب ومصالحهم ورهاناتهم من الاندماج في المجتمع"².

وتطبيق هذه الفكرة في علاقة الرأسمال القيمي الثقافي بالنظم الأخرى (ماكرو)، وفي علاقاته في الحقل أو المجالات الجزئية المكونة له (مجال القيمة المركزية، المجال الذاتي، مجال الزمان والمكان، مجال القيمة الأصلية) (ميكرو)، وهذا التقسيم له العديد من المنافع التفسيرية سواء على مستوى الماكرو أو الميكرو اجتماعي، فهي تعفي من الانغلاق في بديل يلزم باختيار توضيح إما مواقع متفردة لعاملين متفردين وإما الأرضية المشتركة لمختلف المواقع، وتسمح مبادئ التقسيم الداخلي والتي تعطي لكل حقل حقه من المجادلات والنقاشات بغير حدود محددة لتداخل حقول أخرى، وأخيرا فهمنا للعلاقات بين ما هو داخلي وما هو خارج عنه دون تعميم أو اختزال، وهذا ما وجدناه في نتائج الدراسة التي توصلنا إليها بعد توصيف ظاهرة الممارسة الاستخداماتية للشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

¹ - Bourdieu Pierre, Questions de sociologie, édition originale de Minuit, Cérès Productions Tunis, 1993.p.29.

² - لويس بينتو، نظرية العالم الاجتماعي عند بيار بورديو، تر: محمد أمطوش، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2014، ص 153.

3.2 نتائج الدراسة في ضوء نظرية سوسيولوجيا الاستخدامات:

من خلال النتائج المتوصل إليها، والمتعلقة باستخدامات العينة المبحوثة لهذه المواقع، في ضوء منظور سوسيولوجيا الاستخدامات، والدراسات التي أسست لبناء افتراضاته فإننا نرى:

- المحافظة على معنى الاستعمال:

فنتائج الدراسة المتعلقة بمعاني الاستخدام بما هو تمثلات وقيم معطاة للتقنية من خلال استخدام معطى تقني ما، تبين بأن الشباب المستخدم قد أدمج هذه المواقع في تفاصيل حياته اليومية، لتصبح جزءا من حياته ، وهو ما ذهب إليه الباحثان(توسان) و (مالان) على مدى 15 سنة حول عملية إدماج تكنولوجيات الاتصال في المجال الخاص والعائلي. وقد قاما بتطوير "شبكة تحليل سوسيولوجي لاستعمال التكنولوجيات الحديثة للاتصال"، والتي وضعت أهمية معاني الاستعمالات كبدئية في عملية تملك المعطى التقني. وهي شبكة وقع رسم ملاحظاتها انطلاقا من بحوث أجريت خاصة حول استعمالات القرص المضغوط أي "السيدي روم"، "المينيتال" و "الحاسوب".

وتعد مسألة بناء معاني الاستعمالات للأدوات التقنية المستحدثة والتي تسهم في اندماجها، من أهم ما ورد من إشكاليات طرحت في ذلك الوقت. "لقد بينت بحوثنا أن عملية إدراج/إدماج التقنيات الحديثة في المجتمع واندماجها في الحياة اليومية للمستخدمين محكوم بصفة ثانوية بجودة التقنيات الجوهرية وبأدائها وتطورها. ولكنه محكوم بصفة أولية بمعاني الاستعمالات المتوقعة والمبنية من طرف المستخدمين حول الجهاز التقني المعروض عليهم"¹.

- تغول عقلانية التقنية على عقلانية الانسجام الاجتماعي في استخدامات الشباب:

يميز الباحثين (توسان) و (مالان) بين نوعين من العقلانية: عقلانية الانسجام الاجتماعي وعقلانية التقنية²:

تفترض العقلانية الأولى أن "المعطيات التقنية المستحدثة يجب أن تأخذ مكانها ضمن بقية المكونات الاجتماعية والثقافية والتقنية والعائلية والتنظيمية والعلائقية" يعني أن نوعا من الاتحاد أو التحالف يجب أن يتم بين العرض والطلب.

¹ - J.Perriault, la logique de l'usage essai sur les machines a communiquer, editions Flammarion, 1989, p14.

² - J.Jouet et D.Pasaquier, Les jeunes et l'écran, Réseaux N97, CENT, Paris, p128.

أما العقلانية الثانية فتعتبر أن هذا التحالف قائم لا محالة منذ اللحظة التي يغزو فيها المعطى التقني الجديد المجتمع. "نحن نعين للمستعملين الأماكن التي سيتبوؤونها والممارسات الجديدة التي سيطورونها والتمثلات المثالية التي يجب ألا يميلوا لها."

هذه العقلانية الثانية هي الأكثر حضورا في استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، من خلال محاولة الخلق بالقوة بين مشروع العرض والمستعملين. الأمر الذي أدى بالشباب إلى العيش بين ثنائيات أفرزها التنافس بين العقليتين، وهي:

- التسطيح مقابل المثالية.
- التهجين مقابل الاستبدال.
- التطور الاجتماعي مقابل الثورة الاجتماعية .
- هوية نشطة مقابل هوية سلبية .

- تواصل الممارسات:

تناول الباحث (بروموفوست) في دراسة تحت عنوان "وسائل الإعلام: عناصر لدراسة تكون الاستعمالات" مسألة تواتر الأجيال وربطها بتكون الاستعمالات وتجزؤها بالاعتماد على دراسة البيوغرافيا المكونة للفرد، وقد تبين أن دراسة الحلقات بين الأجيال، في مرحلة إدخال التكنولوجيات الحديثة وفي مرحلة استكمالها (تبنيها)، تمدنا بتفسيرات حول عدة ظواهر مثل الصراع الذي قد يحصل بين مختلف أفراد المجتمع نظرا لأن تعدد الأذواق واختلافها بين الأجيال يساهم في فردنة الممارسات الإعلامية والاتصالية وبالتالي تعدد المعطيات التقنية¹.

المقياس الأخر في دراسة المفكر "برونوفوست" هو انصهار الاستعمالات ضمن النشاطات الموجودة وفي أجواء خصوصية. "الممارسات الإعلامية تنزل ضمن إطار أوسع وهو الممارسات الثقافية، لذا فان دراسة تكون الاستعمالات الاجتماعية يجب أن تمر عبر مجموعة العمليات الاجتماعية التي يبنى عبرها الأفراد العلاقة بين الوقت والفضاء"².

¹ - J.Jouet, Pratique de communication figures de la médiation ,Réseaux N60,CENT,Paris,p 99.

² - Ibid,p135.

في نفس الاتجاه، قام عدة باحثين بريطانيين بدراسة حول تحليل اجتماعية وسائل الإعلام أو تكنولوجيات الاتصال في السياق المنزلي (موري 1986-1992 وسيلفيستون 1989-1992)¹

وقد ساهمت هذه الأبحاث في فهم البعد الاجتماعي لاستعمالات التكنولوجيا و إدراك الأنماط الثقافية لاسيما فيما يخص كيفية استعمال وسائل الإعلام.

كما ينزل مشروع:

((the Rousehold uses of information and communication technologies))

الذي قاده "مولي" و"سيلفيستون" و"ليفينجستون"، (1998)، كامتداد لسلسلة الأبحاث المنجزة حول استقبال التلفزيون. وهو مشروع ضم إعادة صياغة السياق لمثل هذه الدراسات حيث ربط الباحثون استهلاك الأفراد للتلفزيون بمحيطهم الاجتماعي والتقني والثقافي، وبالتالي دعوا إلى الانضمام إلى صف البحوث التحريية والاثنوغرافية التي تحاول فهم الظاهرة المعقدة، وهي "الاستقبال"².

يحاول هذا المشروع رصد الديناميكية المنزلية للتقنيات أي طريقة اندماجهم في الوسط العائلي، وكيفية تعامل العائلات مع هذه التقنيات وطريقة تصرفها فيها. في هذه المقاربة، يصبح معنى التلفزيون مضمنا في الخصائص الوليدة للممارسات السياقية للاستقبال والممارسات المضمرة داخل المحيط السوسولوجي الضيق المتكون من العائلة والتفاعلات التي يمكن أن تأخذ مكانها بداخلها.

وقد ساهمت هذه الدراسات في فهم علاقات المستخدمين الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي، تحت زاوية "الثقافة التكنولوجية" وتضم هذه الثقافة التكنولوجية ثلاثة أبعاد:

- الموروث التقني: أي مجموعة الاتجاهات والمعارف حول التكنولوجيات المنتشرة والمتعلقة باستخدام هذه المواقع.
- الحاصل التقني: الذي يمتد من الوسط الاجتماعي للفرد إلى علاقته المتراكمة مع التكنولوجيا.
- المهارات التقنية: بما تضمه من معارف يمكن للفرد الاستظهار بها واستعراضها، وهو في علاقة بالتقنية. وهو بعد بين البعيدين السابقين.

¹ - ثريا السنوسي، تكنولوجيات الاتصال ومسألة الاستعمالات: المقاربات النظرية والتغلغل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص44.

² - المرجع نفسه، ص45.

- الاستخدام له علاقة بالتمثلات :

إن الخطابات التي رافقت التحديث التقني تبقى غالبا مطبوعة بمنطق الحتمية التاريخية، وفي الحقيقة فإن تحليل هذه الخطابات لا يفسر بأي حال من الأحوال طبيعة الاستعمالات الاجتماعية للتكنولوجيات ولكنه يبين كيف أن هذه الخطابات تساهم في بناء هوية المعطيات التكنولوجية وكيف تشارك في بناء صورة المستخدمين.

لقد وضحت أبحاث (جون جي لاکروا) حول الخطابات المروجة عند انطلاق جهاز التلفزيون التفاعلي في مدينة "كبيك" الكندية، أهم الميكانيزمات التسويقية عبر تحليل الخطاب الراج حول بعث لجهاز المستحدث (فيديو واي)، عبر المطويات والوثائق الشهرية. وقد تمكن (لاکروا) من تسليط الأضواء على القيم المختلفة التي تنادي بها مختلف الخطابات، والتي تنسجم مع القيم الأساسية للحضارة الغربية (الحرية-الفردانية-الحداثة-التطور... الخ)¹.

وحسب (لاکروا) فإن هذه الخطابات ساهمت في توحيد التمثلات الاجتماعية للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، وفي تكوين استعمالات اجتماعية رغم أن الاستعمالات الاجتماعية القديمة، حسب (لاکروا)، هي التي تهيأ أو تعرقل انتصاب التقنيات المستحدثة وتعميمها².

بصفة أوسع ، يمكن القول بأن "الخيال التقني" الذي يتمتع به الشباب اليوم، يجب فهمه في سياق وفرة التقنيات المستحدثة أين يترك مجتمع الاستهلاك مكانه إلى مجتمع الاتصال، و هذه الأبحاث تؤكد ما توصلنا إليه من نتائج للطابع الاستخداماتي الذي يمكننا من فهم كيف أن الخيال التقني يساهم في الإبداع وفي إثراء معاني الاستعمالات وفي عملية التحديث لها، وخاصة في مسألة تأسيس إطار مرجعي لهذه التقنيات، إلا أنها غير كافية لفهم الممارسات الحقيقية للمستخدمين، تمكننا هذه الإشكاليات المتعلقة بمعاني الاستعمال من فهم التملك في أبعاده الاجتماعية، كعملية "خلق" للمعنى عن طريق الاستعمال. وهو ما لم يكن ممكنا في الدراسات حول نظام النشر مثلا.

¹ - المرجع نفسه، ص 46.

² - المرجع نفسه، ص 47.

خلاصة:

تعتبر ضرورة التوجه نحو تفعيل القيم في ضوء التوجيهات الثقافية، هي المنفذ الحقيقي لتحويل هذه القيم من الحالة التجريدية إلى الحالة التجسيدية في شكل ممارسات ايجابية تعبر عن الثقافة، لتصبح بذلك جزءا من الكل الثقافي الحامل للهوية والحرية والخصوصية، ليبقى الضابط في هذه العملية التحويلية هو مدى حضور القيمة الأصلية في ذلك.

هذا الارتباط بين القيم والتوجيهات والقيمة الأصلية، هو ما يشكل المعادلة التي تضمن للمستخدم الحفاظ على ذاته في هذا العالم المفتوح، فيستطيع أن يستفيد من قيم الآخر مع ضرورة الحفاظ على قيمه، وأن يستخدم هذه المواقع بكفاءة اتصالية تؤهله للاستخدام مع الحفاظ على دائرته القيمية، بل على العكس يعمل على تطويرها، حتى يواكب عملية التحديث، ويحافظ على دوره في الصيرورة الحضارية.

الطائفة



ازدان الخطاب العلمي اليوم في مجال الإعلام و الاتصال، وكذلك في شتى فروع العلوم الإنسانية و الاجتماعية، بالحديث الشاسع حول المرحلة الجديدة التي يعيشها العالم، و التحولات الكبرى التي أطلقتها العولمة، و المنعطف الجديد لمجتمع القرن الحادي و العشرين، و العالم الجديد المتشعب الأبعاد، الذي ضاعف فرص التقارب و التواصل بين البشر، و عولمة التاريخ، و عولمة السلوك .. و لاح في أفق المعرفة خطاب يبشر بعالم جديد، و باقتصاد جديد، و بإعلام جديد، و بإنسان جديد، و بنمط جديد في التفكير و العمل و الإنتاج، بل من الخطابات من أعلن نهاية التاريخ(فرنسيس فوكوياما 1992) و نهاية الايديولوجيا، (دانيال بيل 1961) و نهاية الجغرافيا (بيار ليفي 1994) و نهاية الاواصر العقدية (ميشال مافيزولي 1991)، و نهاية الإنسان (ميشال فوكو) و نهاية المؤلف، (جاك دريدا) و نهاية الفلسفة (هيدغر 1964)، و نهاية الميتافيزيقيا (يورغن هابرماس) و نهاية العلم (جون هورغان)، و نهاية المثقف (فرونسوا ليوتار، راسل جاكوبي)، و نهاية الإيمان (سام هاريس) هذا بالإضافة إلى الكلام المتكاثراً على البعديات: ما بعد الحداثة و الصناعة (فرونسوا ليوتار 1979) أو ما بعد العلم و الفلسفة، أو ما بعد الدولة و الديمقراطية.

و لا يخلو هذا الكلام من روح التثوير، تثوير ما حققه العلم من تطور تقني، و نجد في أدبيات الاتصال الحديثة، كما في غير ذلك من الأدبيات الأخرى السياسية منها و الاقتصادية بالخصوص، توصيفات مغالية لما شاع من مفاهيم و مصطلحات، اقترنت معانيها بثورة المعلومات، و ثورة الأنفوميديا، و ثورة الاندماج ، و الثورة الرقمية و ثورة الاتصالات، و بدا كل إنجاز عملي ثورة بحد ذاته.

تبدو حالة النظام، هي الحالة السائدة فيما يجري من تحول على أكثر من صعيد، و يتجلى ذلك بوضوح في اعتماد العالم على الطاقة الجديدة المجسمة في نظام المعلومة، بالمفهوم الشانوني للكلمة، حيث المعلومة تدليل للذي يُخضع الحياة بشكل عام إلى المبدأ المعلوماتي (cybernetic) ، أو لنقل بالمفهوم السيبرنطقي أو المبدأ القاضي بنفي الانتروبيا (Entropy) كحالة من الاضطراب و الفوضى يمكن أن تسود أي نظام كان. فالمعلومة من المنظور الرياضي، كما وصفها فينير (Wiener1948) تؤدي دوراً مركزياً في الضبط و المراقبة.

هذه المعلومة في ارتباطها بالمقصد القيمي تتطلب منا حضور منهج التحليل المعرفي الذي يحفر في أصول الممارسات الثقافية بمختلف أشكالها، والتحليل المعرفي للظاهرة الإعلامية المعاصرة، يكشف لنا أن هذا العصر الإعلامي هو عصر الانفصال عن القيمة، و السبب هو انبناء الفاعليات الثقافية المعاصرة على مرجعيات نهائية معادية للإنسان، أي مرجعية التمركز حول المادة و تمجيد الثقافة الاستهلاكية، و تجدر الإشارة إلى أهمية النقد الكلي،

الذي يصرف الدراسة إلى "محمل البناء النظري في جزئياته المترابطة و في كليته"¹، و ليس إلى تفاصيله، و النقد الكلي ليس مجرد دور سلمي ينحصر في التفكيك، و إنما له دور إيجابي أيضا، يمكننا من الفهم العميق للرؤية الحضارية، و الكشف عن حدود نماذجها المعرفية، و الاستفادة من مشتركها الإنساني الذي يجري تكييفه مع الرؤية الإنسانية.

ففي دائرة المعلومات التي تطالعنا بها مواقع التواصل الاجتماعي -فضلا عما أشرنا إليه- نرى متوسلين بالتحليل المعرفي أن "المعلومة في حد ذاتها لا تقول شيئا، بل إنها تحتبئ كثيرا من الرؤى و التضمينات المعرفية المتحيزة"² أو بلغة أفصح: تخفي نمودجا معرفيا، لديه مقولاته المخصوصة حول الإنسان، ولديه لغته و منطق اشتغاله المخصوص أيضا، و هذا النموذج بدوره يوصلنا إلى الرؤية إلى العالم التي توجه الإعلام المعاصر، فالتحليل المعرفي ينتهي هنا: ما هي حقيقة الرؤية إلى العالم التي تحكم الظاهرة الإعلامية المعاصرة، هل هي رؤية مادية لا مقصد لها سوى تنمية مشاعر القوة و الهيمنة؟ أم أنها رؤية علمية محضة تختفي فيها القيم الأخلاقية بحجة لا عقلانيتها؟ و يتم تناول الإعلام ومضامينه دراسة و تحليلا و نقدا، بمنهجية علمية محايدة لا تركز إلى أية منظومة توجيهية؟ أم أنها رؤية ثنائية تؤمن بالدور الحضاري للإعلام، و مضمونه التوجيهي نحو قيم مخصوصة ترفع الإنسان من رتبة الوجود الطبيعي إلى رتبة الوجود القيمي؟ و من وفرة المعلومات إلى المعلومات النافعة؟ و من التواصل الإشاري و السياق الإعلاني إلى التواصل التعارفي؟

هذا، فضلا عن الدور الكبير الذي أضحت عليه مواقع التواصل الاجتماعي و امتدادها في حياتنا أو في تشكيل رؤيتنا إلى العالم، إنها "اعلم على الترفيه عنا، و تسهم في التنشئة الاجتماعية، وتعلمنا، و تثقفنا، و هي تبيننا الأشياء ... و تغرس في نفوسنا بعض المبادئ إلى جانب الكثير من الأشياء الأخرى تساعد وسائل الإعلام في تشكيل هويتنا و مواقفنا تجاه الأقليات العرقية و اللاتينية، موافقنا بشأن التوجه الجنسي"³.

و بسبب هذا الامتداد العميق، لم يعد مجديا انتهاج القراءات الداخلية أو الجزأة (على قيمتها التفسيرية)، و إنما التحليل الخارجي هو الأكثر فاعلية و قيمة تفسيرية للرؤية إلى العالم الكامنة، و هذا القصد هو الذي سماه (جيل ليوفتسكي Gilles lipovetsky) ب"التناول الشامل"، الذي "يعني رفض دراسة السينما باعتبارها نظاما خالصا من المركزية حول ذاتها. نحن نعمل بالتحديد ضد الاختزال السميولوجي أو الجمالي للسينما للخروج من مجال قواعد السينما المغلق. يربطه بما يحتويه. فالتفكير في السينما الفائقة لا يعني إعادة البحث في هياكل لغة الفيلم العالمية أو عمل تصنيف خالص للصور، بل في توضيح ما تقوله السينما حول العالم الاجتماعي الإنساني، كيف تعيد تنظيمها

¹ - عبد الوهاب الميسري، دراسات معرفية في الحداثة الغربية، دار الشروق، مصر، 2006، ص 88.

² - عبد الوهاب الميسري، النماذج المعرفية الإدراكية و التحليلية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، دار السلام، 2010، ص 798.

³ - آرثر آسيا بيرغر، وسائل الإعلام و المجتمع: وجهة نظر نقدية، تر: صالح خليل أبو أصعب، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، الكويت، ص 23.

وأيضاً كيف تؤثر السينما على مدركات البشر وتعيد تشكيل توقعاتهم ... إن العلوم الإنسانية تجلب بالتأكيد معلومات قيمة و إضاءات لا غنى عنها. لكن شاغلها المنهجي. الذي يرتبط على نحو وثيق، ببنية موضوع محدد. بمنعها من طرح أسئلة جوهرية حول معنى ومكانة السينما الجديدة في مجتمع يتم تنسيقه¹.

من أجل ذلك، فإن التحليل المعرفي يروم ملء هذه الفراغات التي أورتها التحليلات للواقع الافتراضي، و ذلك بفهم هذا النسق الاتصالي غير المسبوق الذي يصاحب ظاهرة العولمة، بما هو نسق كلي لا جزئي و بما هو عملية تشكيل رؤية تواصلية إلى العالم، رؤية لا واعية تمتد في عقول الأشخاص الذين يعيشون في المجتمع و تحيط بهم مواقع التواصل الاجتماعي من كل جهة، و تمدهم بنظارات يرون من خلالها الواقع الذي يعيشون فيه. إن التحليل المعرفي هنا، يزدوج مع تحليل آخر يكتسب معه قيمة تفسيرية و نقدية فاعلة، هو المساءلة الأخلاقية للإعلام المعاصر، و يأخذ هذا العنصر قيمته من تلازم قوة انتشار الإعلام مع أفول أو إضعاف الدور التوجيهي للمنظومة القيمية الأخلاقية، بما هي قيم روحية ترفع الإنسان درجة أو تخفضه أخرى، و قد أورت نتائج الحداثة الفائقة انفصالات كبرى على منظومة القيم الأخلاقية، لأن مبدأ الحداثة الفلسفي و الأكسيولوجي هو تمجيد الحرية و الفردانية و خلق قيم جديدة دائماً، و يمكن القول أن الانفصالات التي أدخلتها الحداثة إلى التاريخ الثقافي للإنسان هي:

1 - انفصال الممارسة العقلية عن القيم: و توريث ما يسميه (إدغار مورغان) بمنظومة التبسط "إننا نحيا تحت سلطان مبادئ الفصل و الاختزال و التجريد التي تشكل في مجموعها ما أسميه بـ "منظومة التبسيط" [التي أنتجت العقل الأعمى] الذي يدمر المجموعات و الكليات و يعزل كل موضوعاتها عن بيئتها، ليس باستطاعة العقل الأعمى أن يمثل الرابط غير القابل للقطع بين الملاحظ و الشيء الملاحظ"².

2 - انفصال الممارسة الاستخداماتية عن القيم: و توريث السلوك الغريزي و الإنسان الاقتصادي أو السلعي في عصر العولمة. و هذا تحديداً ما قصده "جون بودريار" في كتابه "المصطنع و الاصطناع". أثناء تحليله لقيمة المعنى في دوائر هيمنة وسائل الإعلام "نحن نعيش في عالم تزداد فيه المعلومات أكثر فأكثر، بينما يصبح المعنى فيه أقل فأقل"³.

3 - انفصال الممارسة المعرفية عن القيم: و توريث النظرة الآلية و المادية للكون.

4 - انفصال التقنية عن القيم: و توريث الاغتراب و التحكم التقني في الإنسان. "فالتقنية تؤدي إلى الأسوأ، كما تؤدي إلى الأفضل، فهي تقدرنا على التحكم في الطاقات الفيزيقية، كما تقدرنا على التحكم في الطاقات البشرية

¹ - جيل ليوفتسكي و جون سيرو، شاشة العالم: وسائل الإعلام والسينما في عصر الحداثة الفائقة، المركز القومي للترجمة، مصر، 2014، ص 31.

² - إدغار موران، الفكر و المستقبل، مدخل إلى الفكر المركب، ترجمة أحمد القصور و منير الحجوجي، المغرب: دار توبقال، 2004، ص: 16.

³ - جون بودريار، المصطنع و الاصطناع، تر: جوزيف عبد الحليم، المركز العربي للترجمة، لبنان، 2013، ص 147.

فليس العمال هو وحدهم الذي سحروا لمهام تكرارية و مقننة، بل إن مجموع المجتمع قد أخضع لمنطق الآلة الاصطناعية، القائمة على العقلنة و على التوقيت المفرط للزمن، بما أدى إلى رد فعل يتجلى في الميل إلى التهلك على الملاهي و الاستغراق في العطل"¹.

جلي إذن كيف انعكست تجربة الحداثة على منظومة القيم الثقافية انفصاليا و اختزاليا، حيث أضحت القيم الخلقية ألبسة ثقافية بالية، و معوق ابتسمولوجي و سلوكي لحرية إنسانية أضحت مقدسة ضمن جداول قيم الإنسان الحديث.

هذا ما يدفعنا بالقول أن الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي، تتجسد عنده هذه القيم الثقافية بطريقة اتصافية، أي أنه يتصف بها لكنه في الكثير من الأحيان يتعد عن مقصديتها الحقيقية، و من يرجعه للاكتساب المقاصدي هو التزامه بالقيمة الأصلية المتمثلة في الحياء من جهة، و من خلال تفعيل هذه القيم ضمن التوجيهات الثقافية المتعلقة بالتوجيه الجمالي، و العملي، و الصناعي من جهة أخرى .

¹ - إدغار موران، هل نسير إلى الهاوية، إفريقيا الشرق، المغرب، 2012، ص 26.

قائمة المصادر والمراجع



أولاً: باللغة العربية

➤ المصادر:

1. القرآن الكريم.
2. السنة النبوية.
3. ابن منظور، لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1977.
4. الفيروز آبادي، القاموس المحيط، تحقيق: محمد نعيم العرقسوسي، مؤسسة الرسالة، 2005.

➤ القوانين والمواثيق:

5. اعلان المبادئ للمؤتمر الدولي من أجل مجتمع المعلومات ودور الشباب المنعقد في جنيف، ديسمبر 2010.

➤ الكتب:

6. إبراهيم إمام، الإعلام الاسلامي المرحلة الشفهية، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1980.
7. ابن القيم الجوزية، مفتاح دار السعادة.
8. أبو النيل محمود السيد، علم النفس الاجتماعي: دراسات مصرية وعالمية، الجهاز المركزي للكتب الجامعية، القاهرة، 1989.
9. أبو جادو، صالح محمد علي، سيكولوجيا التنشئة الاجتماعية، ط2، دار ميسرة، عمان، 2000.
10. أحمد محمد الزعبي، أسس علم النفس الاجتماعي، دار زهران، 2013.
11. أحمد مدثر، شرح كيفية التسجيل في موقع فيس بوك، كلية دراسات الحاسب الآلي، جامعة جوبا، السودان، 2006.
12. إدغار موران، الفكر و المستقبل، مدخل إلى الفكر المركب، ترجمة أحمد القصور و منير الحوجي، المغرب: دار توبقال، 2004.
13. إدغار موران، هل نسير إلى الهاوية، إفريقيا الشرق، المغرب، 2012.
14. آدموند ايسالون، الموجز في راهن الإشكاليات الفلسفية، تر: أبو يعرب المرزوقي، الدار المتوسطة، تونس، 2009.
15. آرثر آسيا بيرغر، وسائل الإعلام و المجتمع: وجهة نظر نقدية، تر: صالح خليل أبو أصبع، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، الكويت.
16. إريك ميغريه، سوسيولوجيا الاتصال ووسائل الاعلام، تر: موريس شربل، ط1، جروس برس، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، لبنان، 2009.

17. أسامة عبد الرحيم علي، القيم التربوية في صحافة الأطفال: دراسة في تأثير الواقع الثقافي، دار ايتراك للطباعة والنشر، 2006.
18. أسعد رزوق، موسوعة علم النفس، مراجعة: عبد الله عبد الدائم، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1979.
19. اسماعيل حقي البروسوي، تفسير روح البيان، مطبعة العثمانية، اسطنبول، 1331هـ.
20. اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، موسوعة القيم والأخلاق الاسلامية، مركز اسكندرية للكتاب، 2005.
21. إسماعيل محمد حسام الدين، الإعلام وما بعد الحداثة: الأسس النظرية والتطبيقات الاتصالية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2008.
22. أمين سعيد عبد الغني، الثقافة العربية والفضائيات، ط1، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013.
23. انجلز ديفيد وهيوسون جون، مدخل إلى سوسولوجيا الثقافة، تر: لما نصير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2013.
24. أواميل علي، سؤال الثقافة - الثقافة العربية في عالم متحول-، المركز الثقافي العربي للطباعة والنشر والتوزيع، المغرب، 2005.
25. أنجلهات، مسح القيم العالمي، تر: عبد الحميد عبد اللطيف، المركز القومي للترجمة، 2015.
26. ايمانويل كاستلز، سلطة الاتصال، تر: محمد حرفوش، المركز القومي للترجمة، لبنان، 2014.
27. إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
28. باومان زيجمونت، الحداثة والهولوكوست، تر: حجاج أبو جبر ودينا رمضان، ط1، مدارات للأبحاث والنشر، القاهرة، 2014.
29. بايوسف مسعودة، الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد، العدد14، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، 2016.
30. بول ريكور، الذات عينها كآخر، تر: جورج زيناتي، ط1، المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005.
31. بول ريكور، الذات عينها كآخر، تر: جورج زيناتي، ط1، المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005.
32. البياتي، الإعلام الجديد: الحرية والفوضى والثورات، هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام، الإمارات العربية المتحدة، 2014.

33. بيار بورديو، فاكونت، أسئلة علم الاجتماع في علم الاجتماع الانعكاسي، تر: عبد الجليل الكور، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، 1997.
34. بيار بورديو، بعبارة أخرى: محاولات باتجاه سوسيولوجيا انعكاسية، تر: أحمد حسان، دار ميريت للنشر والمعلومات، القاهرة، 2002.
35. بيرنار مبيج، الفكر الاتصالي: من التأسيس إلى منعطف الألفية الثالثة، تر: أحمد القصور، دار توبقال للنشر، المغرب، 2011.
36. بيير بورديو وآخرون، حرفة علم الاجتماع، تر: نظير جاهل، دار الحقيقة، بيروت، 1993.
37. بيير بورديو، أسئلة علم الاجتماع: حول الثقافة والسلطة والعنف الرمزي، تر: إبراهيم فتحي، دار العالم الثالث، القاهرة، 1995.
38. ثريا سنوسي، الشباب والاتصال التفاعلي في تونس، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي للشباب والاتصال والميديا، تونس، 2010.
39. ج بنروني، مصادر وتيارات الفلسفة المعاصرة في فرنسا، تر: عبد الرحمان بدوي، ط2، ج1، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، لبنان، 1980.
40. جاك دريدا، الكتابة والاختلاف، تر: كاظم جهاد، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، 2000.
41. جالكي روس، الفكر الأخلاقي المعاصر، تر: عادل العوا، عويدات للنشر والتوزيع، لبنان.
42. جالكين روس، الفكر الاخلاقي المعاصر، تر: عادل العوا، عويدات للنشر والطباعة، ط1، لبنان، 2001.
43. جمال غيطاس، خالد الغمري، قضايا الشباب العربي في الفضاء الرقمي في عام 2010، ط01، مؤسسة الفكر العربي، لبنان، 2012.
44. جوست فان لوون، تكنولوجيا الإعلام: رؤى نقدية، تر: شويكار زكي، مجموعة النيل العربية، مصر، 2009.
45. جون بودريار، المصطنع و الاصطناع، تر: جوزيف عبد الحليم، المركز العربي للترجمة، لبنان، 2013.
46. جيامبيترو جوبو، إجراء البحث الإثنوغرافي، تر: محمد رشدي، ط1، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2014.
47. جيل لبيوفتسكي وجون سيرو، شاشة العالم: وسائل الإعلام والسينما في عصر الحداثة الفائقة، المركز القومي للترجمة، مصر، 2014.
48. جيمس وليامز، ليوتار: نحو فلسفة ما بعد الحداثة، تر: إيمان عبد العزيز، المركز القومي للترجمة.

49. حجازي إسلام، الثقافة الافتراضية وتحولات المجال العام السياسي : ظاهرة الفيس بوك في مصر أمودجا، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، القاهرة، 2009
50. حسن مصدق، يورغان هابرماس ومدرسة فرانكفورت: النظرية النقدية التواصلية، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2005
51. حسن مظفر الرزو وآخرون، ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، ط01، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2008.
52. حسن مظفر الرزو، فضاء التواصل الاجتماعي العربي جماعته المتخيلة وخطابه المعرفي، ط01، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2016.
53. حسبية قيديم، الانترنت واستعمالاتها في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2001-2002.
54. حلمي ساري، التواصل الاجتماعي، ط 1، كنوز المعرفة، الأردن، 2006.
55. حمادة بسيوني، حرية الاعلام الالكتروني الدولي وسيادة الدولة مع إشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، جامعة القاهرة، 2001.
56. خميس هاني، رأس المال الاجتماعي، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، القاهرة، 2008.
57. داون نونسياتو، الحرية الافتراضية: حيادية الشبكة وحرية التعبير في عصر الإنترنت، تر: أنور الشامي، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2011.
58. داون نونسياتو، الحرية الافتراضية: حيادية الشبكة وحرية التعبير في عصر الإنترنت، ترجمة: أنور الشامي، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2011.
59. دومينيك فوكشير، المذاهب الفلسفية الكبرى: من سؤال المعرفة إلى سؤال القيم، تر: مروان بطش، المؤسسة الجامعية للنشر، 2015.
60. راندي ريديك وإليوت كينغ، صحفي الانترنت، تر: لميس اليحيى، الأهلية للنشر والتوزيع، بيروت، 2009.
61. ربحي مصطفى عليان ، مناهج وأساليب البحث العلمي :النظرية والتطبيق، ط01 ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2000.
62. رحومة علي، علم الاجتماع الآلي: مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الانترنت، عالم المعرفة، الكويت، 2008

63. روجر ويمر، جوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، تر: صالح أبو اصبع، فاروق منصور، ط1، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، 2013.
64. زايد أحمد وآخرون، رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، جامعة القاهرة، 2006.
65. زكي وليد، نظرية الشبكات الاجتماعية: من الايديولوجيا إلى الميثولوجيا، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مارس، 2012.
66. سالم المعوش، القيم والاتصال: السيكولوجيا والمنهج، مؤسسة الرحاب الحديثة، لبنان، 2017.
67. سامية حسن الساعاتي، الثقافة والشخصية: بحث في علم الاجتماع الثقافي، ط2، دار النهضة العربية، بيروت، 1983.
68. سعدي أبو حبيب، القاموس الفقهي لغة واصطلاحاً، دار الفكر، دمشق، 1988.
69. سليمان الرياشي وآخرون، الأزمة الجزائرية: الخلفيات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 1996.
70. سمير بلكفيف وآخرون، الفلسفة الأخلاقية من سؤال المعنى إلى مأزق الإجراء، ط01، منشورات دار الأمان، المغرب، 2013.
71. سوزان غرينفيلد، تغير العقل: كيف تترك التقنيات الرقمية بصماتها على أدمغتنا، تر: إيهاب عبد الرحيم علي، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2015.
72. سيغموند فرويد، مدخل إلى التحليل النفسي، تر: جورج طرابيشي، دار الطليعة، بيروت، 1989.
73. شاكر عبد الحميد سليمان، الطفولة والإبداع، الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية، الكويت، 1979.
74. شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال: قضايا معاصرة، المدينة برس، القاهرة، 2010.
75. الصادق رابح، فضاءات رقمية: قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات، دار النهضة العربية، بيروت، 2013.
76. الصادق رابح، فضاءات رقمية: قراءة في المفاهيم والمقاربات والرهانات، دار النهضة العربية، لبنان، 2013.
77. صادق عباس، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008.
78. صالح خليل أبو اصبع، تحديات الاعلام العربي: دراسة الاعلام، المصداقية، الحرية التنموية، والهيمنة الثقافية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
79. الصاوي علي السيد، نظرية الثقافة، دار المعرفة للطباعة والنشر والتوزيع، الكويت، 1997.

80. ضياء زاهر، القيم في العملية التربوية، مؤسسة الخليج العربي، القاهرة، 1997.
81. طارق كمال، علم النفس والقيم، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2008.
82. الطاهر لبيب، سوسيولوجية الثقافة، ط5، دار محمد علي الحامي للنشر، تونس، 1988.
83. طه عبد الرحمان، دين الحياء من الفقه الائتماري إلى الفقه الائتماني - أصول النظر الائتماني - ، ج01، ط01، المؤسسة العربية للفكر والإبداع، لبنان، 2017.
84. طه عبد الرحمان، دين الحياء من الفقه الائتماري إلى الفقه الائتماني - التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال - ، ج02، ط01، المؤسسة العربية للفكر والإبداع، لبنان، 2017.
85. عادل العوا، العمدة في فلسفة القيم، دار الطليعة للنشر والتوزيع، لبنان، 2001.
86. عادل محيي الدين الألويسي، الرأي العام في القرن الثالث الهجري، ط1، دار الشؤون الثقافية العامة، العراق، 1983.
87. عاطف وصفي، الانثربولوجيا الثقافية مع دراسة ميدانية للجالية اللبنانية الإسلامية بمدينة ديريورن الأمريكية، دار النهضة العربية، بيروت، 1971.
88. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
89. عبد الحليم محمود السيد، علم النفس الاجتماعي والإعلام، دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة 1999.
90. عبد الرحمان بن ناصر السعدي، تيسير الكرم الرحمان في تفسير الكلام المنان، دار الكتاب العربي، سوريا.
91. عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، ط01، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003.
92. عبد الرحمان عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2012.
93. عبد الرحمان عزي، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، ط01، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2016.
94. عبد العزيز محمد، القيم الفلسفية الكبرى: الحق، الخير، الجمال، مؤسسة الثقافة الجامعية، مصر، 2008.
95. عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والاشكاليات ... من الحداثة إلى العولمة، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، فبراير 2006.
96. عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والاشكاليات من الحداثة إلى العولمة، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2006.

97. عبد الكريم غريب، التواصل والثقافة، ط1، منشورات عالم التربية، المغرب، 2010.
98. عبد اللطيف عبادة، صفحات مشرقة من فكر مالك بن نبي، دار الشهاب للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 1984.
99. عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم (دراسة نفسية)، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون و الآداب، الكويت، 1978.
100. عبد الله الزين الحيدري، الاعلام الجديد النظام والفوضى، دار سحر للنشر، تونس، 2012.
101. عبد الله الغدامي، النقد الثقافي: قراءة في الأنساق الثقافية العربية، ط3، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2005.
102. عبد الله زين الحيدري، الزمن مقاربات وشهادات، الكتاب السابع عشر، 2017.
103. عبد الوهاب الميسري، النماذج المعرفية الإدراكية و التحليلية ، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، دار السلام، 2010.
104. عبد الوهاب الميسري، دراسات معرفية في الحداثة الغربية، دار الشروق، مصر، 2006.
105. عبد الوهاب جعفر، فلسفة الأخلاق والقيم، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2013.
106. عدنان عبد القادر، منابع الفلسفة، دار المنابع للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2000.
107. علي أحمد هاشم، الشباب والمشاركة السياسية: دراسة في التحولات، دار الفكر العربي، مصر، 2011.
108. علي أحمد، تأثير القنوات الفضائية الوافدة على القيم الأسرية، دار الكتاب، القاهرة، 2004.
109. علي حرب، حديث النهايات: فتوحات العولمة ومآزق الهوية، المركز الثقافي العربي، لبنان، 2000.
110. علي نبيل، الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، عالم المعرفة، العدد: 256، 2001.
111. عنصر العياشي، سوسيولوجيا الديمقراطية والتمرد بالجزائر، دار الأمين، القاهرة، 1999.
112. عيسى محمد رفقي، توضيح القيم أم تصحيح القيم، ندوة علم النفس التربوي، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، الكويت، 1996.
113. غدامير، فلسفة التأويل، تر: محمد شوقي الزين، ط2، منشورات الإختلاف، الدار العربية لعلوم، المركز الثقافي العربي، 2006.
114. غاستون باشلار، جدلية الزمن، تر: خليل أحمد خليل، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1982.

115. غاليم محمد، رهان التنافسية والمجتمع المغربي: من أجل منافسة تآزرية، الدار المغربية للنشر والتوزيع، المغرب، 2011.
116. غي روشيه، مقدمة إلى علم الاجتماع العام، تر: مصطفى دندشلي، ج2، ط2، مكتبة الفقيه، بيروت، 2002.
117. فرانك مرميه، الفضاء العربي: الفضائيات والانترنت والإعلان والنشر، تر: فريدريك معتوق، قدمس للنشر والتوزيع، 2003.
118. فريدريك معتوف، منهجية العلوم الاجتماعية عند العرب وفي الغرب، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 1985.
119. فضيل شيريقات، بين لغة البعض ولغة البعض الآخر، منشورات القصة، الجزائر، 2002.
120. فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، لبنان، 1980.
121. فيليب راينو، ماكس فيبر ومفارقات العقل الحديث، تر: محمد جديدي، دار الفكر الحديث، 2011.
122. قلندر محمود محمد، وعوض محمد بابكر، اتجاهات البحث في علم الاتصال: نظرة تأصيلية، ط1، در الفكر، سوريا، 2009.
123. كارل أوتو آبل، التفكير مع هابرماس ضد هابرماس، تر: عمر مهليل، ط01، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2005.
124. كالفين سيرنجر هول، لندزي جاردنر، نظريات الشخصية، ترجمة: فرج أحمد فرج وآخرون، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، القاهرة 1981.
125. لوران فلوري، ماكس فيبر، تر: محمد علي مقلد، ط01، دار الكتب الجديدة المتحدة، لبنان، 2001.
126. لوسيان سفيز، التواصل عبر وسائل الإعلام والإعلان، تر: مرخ علي إبراهيم، ط01، دار البحار للطباعة والنشر، بيروت، 2011.
127. لوقا نظمي، الله أساس المعرفة والأخلاق عند ديكرت، سلسلة الإلهيات.
128. لويس بينتو، نظرية العالم الاجتماعي عند بيار بورديو، تر: محمد أمطوش، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2014.
129. لويس دوللو، الثقافة الفردية وثقافة الجمهور، تر: عادل العوا، ط2، منشورات عويدات، بيروت، 1990.
130. مارك أوجيه، جان بول كولايين، الأثرولوجيا، تر: جورج كتوره، دار الكتاب الجديدة المتحدة، 2008.
131. مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، دار الفكر، دمشق، 2011.

132. مجموع فتاوى ابن تيمية، ج7.
133. محمد أحمد بيومي، القيم وموجهات السلوك الاجتماعي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2006
134. محمد أديب الصالح، بناء على منهاج النبوة تبيان المعالم.. والأخلاق، مكتبة العبيكان، الرياض، 2007.
135. محمد البشير الإبراهيمي، الآثار، ج1، ج9، دار الغرب الإسلامي، بيروت، 1997.
136. محمد الزاجي، ايدولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، مركز التنوير المعرفي، 2014.
137. محمد السويدي، مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته، المؤسسة الوطنية للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 1991.
138. محمد بن عيد القحطاني، حماية الخصوصية الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تأصيلية مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الشريعة والقانون، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2015.
139. محمد سعدي، مستقبل العلاقات الدولية من صراع الحضارات إلى أنسنة الحضارة وثقافة السلام، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2006.
140. محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، ط01، مركز الأهرام للترجمة والنشر والتوزيع، مصر، 2013.
141. محمد عابد الجابري، العقل الأخلاقي العربي - دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية-، ط01، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2001.
142. محمد عابد الجابري، العقل الأخلاقي العربي: دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2001.
143. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، مصر، 2004.
144. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط03، عالم الكتب، مصر، 2004.
145. محمد عبده، المسلمون والإسلام، دار الكتب العربية، 1974.
146. محمد علي محمد، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، 1985.
147. محمد نظيف، الحوار وخصائص التفاعل التواصل، ط01، منشورات افريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2010.
148. محمود الداودي، أضواء جديدة على طبيعة الثقافة في الرؤية المعرفية الإسلامية، دار الكتب الحديث، 2007
149. المسيري عبد الوهاب، العلمانية الجزئية والعلمانية الشاملة، المجلد الأول، دار التنوير، 2010.
150. مصطفى نادية وآخرون، مشروع العلاقات الدولية في الاسلام، ط1، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، 1996.

151. معتز سيد عبدا الله، عبد اللطيف محمد خليفة، علم النفس الاجتماعي، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة 1994.
152. ملفين ديفلر، ساندرابول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، تر: هشام كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للاستشارات، مصر، 2001.
153. منى كشيك، القيم الغائبة في الاعلام، دار فرحة للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.
154. المهدي المنجرة، قيمة القيم، مطبعة النجاح الجديدة، المغرب، 2007.
155. نادبة محفوظ مصطفى، خصائص الثقافة العربية الاسلامية في ظل حوار الثقافات، ط1، دار السلام، القاهرة، 2006.
156. ناعوم تشومسكي، السيطرة على الإعلام، تر: أميمة عبد اللطيف، مكتبة الشرق الدولية، القاهرة، 2003.
157. نبيل علي، العقل العربي ومجتمع المعرفة: مظاهر الأزمة واقتراحات الحلول، الجزء الأول، سلسلة عالم المعرفة، العدد: 369، نوفمبر 2009.
158. نتشه، أفول الأصنام، تر: حسان بوقرية وحسان ناجي، ط1، إفريقيا الشرق، 1996.
159. نصير بوعلي وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، ط1، دار اقرأ، قسنطينة، الجزائر، 2009.
160. نصير بوعلي، الإعلام والقيم قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي، ط01، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، 2005.
161. نھوند القادري عيسى وآخرون، الإعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2017.
162. نورة بوحناش، العلم وجدل القيمة في الفكر الغربي المعاصر، أفريقيا الشرق، المغرب، 2014.
163. نوريس بيبا، الفارق الرقمي : الميثاق المدني، نقر المعلومات والانترنت الولي، تر: هشام عبد الله، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
164. هشام المكّي، الاتصال الجماهيري وسؤال القيم، ط01، مركز نماء للبحوث والدراسات، لبنان، 2016.
165. هشام المكّي، الاعلام الجديد وتحديات القيم، ط01، طوب بريس، الرباط، 2014.
166. هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2004.
167. هناء عطية محمود، دراسات حضارية مقارنة في القيم: قراءات في علم النفس في البلاد العربية، الجزء 01، الدار القومية للطباعة والنشر، 1986.

168. وودروف، دور القيم في السلوك الإنساني، ترجمة: عبد اللطيف محمد خليفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون و الآداب، الكويت، 2001.

169. يامن بودهان، تحولات الإعلام المعاصر، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.

170. يحيى اليحياوي، في العولمة والتكنولوجيا والثقافة: مدخل إلى تكنولوجيا المعرفة، الطليعة للطباعة والنشر، لبنان، 2002.

➤ الدراسات والأبحاث:

171. اتحاد المغرب العربي، دراسة أوضاع الشباب المغربي، 2009.

172. أشرف جلال حسن، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، المؤتمر العلمي الأول " مؤتمر الأسرة والاعلام وتحديات العصر"، 15 - 17 فبراير 2009، القاهرة.

173. آمال عساسي، اثنوغرافيا مستخدمي الفايبرسوك في المجتمع الجزائري دراسة اثنوغرافية لعينة من مشركي المجموعات الأمازيغية بالفيسبوك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع، إشراف: يامين بودهان، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 01، 2014/2015.

174. بندر بدر العتيبي، سعيد الراشدي، التحديات التي تفرضها شبكة الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي على القيم في الوطن العربي، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد 2، العدد9، المغرب، أيلول 2013.

175. بوخنوفة عبد الوهاب، المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2007.

176. رحيمة، الهوية الثقافية الجزائرية وتحديات العولمة، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد:11، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، جوان 2013.

177. سحر جابر حسن، الآثار الاجتماعية والمجتمعية لتعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الالكتروني: دراسة مقارنة بين الذكور والاناث في الوجه القبلي والبحري والقاهرة، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم البيئية والانسانية، معهد البحوث والدراسات التربوية، جامعة عين شمس، 2014.

178. السعيد بومعيزة ، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب ، إشراف: بلقاسم بن روان ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر ، 2005-2006.
179. السعيد بومعيزة، المعولم والمحلي في الدراسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري: دراسة ميدانية، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي : الشباب والاتصال والميديا، تونس، 2010.
180. سمير أبيض، مقومات الشخصية الوطنية والمشروع التربوي عند جمعية العلماء المسلمين الجزائريين 1931-1956، إشراف: نور الدين زمام، أطروحة نهاية الدراسة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014/2015.
181. سوهيلة بضياف، المدونات الالكترونية في الجزائر : دراسة في الاستخدامات والاشباعات" ، إشراف: عيساني رحيمة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2009/2010.
182. شريفة طيب، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري الفاييسوك نموذجاً، مداخلة ضمن ملتقى الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014.
183. عبد الكريم صالح باحاج، استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير، قسم الدراسات الاعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، 2013
184. عبد الوهاب بوخنوفة، شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والانترنت: محاولة اقترب التمثل والاستخدامات، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي : الشباب والاتصال والميديا، تونس، 2010.
185. عصمت حوصو، النفاق الاجتماعي في الوسط الافتراضي، دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي الأول للعالم الافتراضي في المجتمع العربي، مركز الديمقراطية للدراسات والأبحاث، مصر، 2015.
186. عمرو محمد أسعد، استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، أطروحة دكتوراه، قسم الاذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2011
187. فطيمة بوهاني، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي للغة العربية، بيروت، 2013.

188. فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتز نموذجاً)، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد (61) 193، الرياض، 2014.
189. كنزة حاج حامدري، دور التلفزيون في تشكيل بعض القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية-دراسة اثنوغرافية على عينة من الريفيات الجزائريات-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، إشراف: فايذة يخلف، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر03، 2011/2010.
190. مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، إشراف: العيد علام، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010.
191. نرمين زكريا خضر، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي الفاييس بوك، المؤتمر العلمي الأول " مؤتمر الأسرة والاعلام وتحديات العصر"، 15 - 17 فبراير 2009، القاهرة.
192. نصر الدين لعياضي، الشباب في دولة الامارات والانترنات: مقارنة للتمثلات والاستخدامات، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي، الشباب والاتصال والميديا، تونس، 2010.
193. وليد رشاد زكي عمر طه، الجماعات المتشكلة في الفضاء العالمي بناؤها ومضامين تفاعلاتها الاجتماعية دراسة على عينة من المتفاعلين عبر شبكة المعلومات، جامعة عين شمس، أطروحة دكتوراه، 2007.
- **المجلات والدوريات:**
194. أبو زاهر نادية، رأس المال الاجتماعي والجدل حول علاقته بالمجتمع المدني، الحوار المتمدن، العدد 2242، محور المجتمع المدني.
195. أحمد عبدلي، الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال - الانترنت نموذجاً - : مقارنة نظرية، المجلة الافريقية للعلوم السياسية.
196. أحمد موسى بدوي، مابين الفعل والبناء الاجتماعي : بحث في نظرية الممارسة لدى بيير بورديو، مجلة إضافات، العدد:08، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2009.
197. آمال كمال، استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالرأس المال الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ديسمبر، 2011

198. أمين محمد الخولي، القيم الثقافية في اختيار التكنولوجيا، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، العدد:48، يوليو- سبتمبر 1982، القاهرة.
199. جيلان محمود عبد الرزاق، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كوسائط لإكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ديسمبر 2011.
200. خالد صلاح الدين، اتجاهات الشباب نحو شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية: دراسة في ضوء نظرية التواء الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ديسمبر 2011.
201. زكي وليد، المشاركة عبر المجتمع الافتراضي، مجلة الديمقراطية، العدد 20، القاهرة، أكتوبر 2010.
202. السعيد عواشيرة، الأسرة الجزائرية إلى أين؟، العدد:12، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، جوان 2005.
203. سمير نعيم أحمد، أثر التغيرات البنائية في المجتمع خلال حقبة السبعينيات على أنساق القيم الاجتماعية، العدد:01، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، مارس 1983.
204. الشهري فايز بن عبد الله، الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين "، صحيفة الرياض، ع 14776، 2012/08/07.
205. الصادق رايح، قراءة في الرهانات الثقافية والاجتماعية للتكنولوجيات الرقمية الحديثة، مجلة الإذاعات العربية، العدد:01، 2006.
206. صلاح الدين الجورشي، الشباب العربي والانترنت، العدد:182، مجلة شؤون عربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، 2007.
207. عادل قايد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين، العدد 02، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2014.
208. عبد العظيم حسني، رأس المال الاجتماعي، الحوار المتمدن، العدد:3871.
209. عبد الوهاب بوخنوفة، الأطفال والثورة التكنولوجية: التمثل والاستخدامات، الإذاعات العربية، العدد:7، 2007.
210. عزي عبد الرحمان، ثقافة الطلبة والوعي الحضاري ووسائل الاتصال: حالة الجزائر، مجلة المستقبل العربي، العدد 164، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، أكتوبر، 1992.
211. عزي عبد الرحمن، وسائل الاتصال والعالم الدرامي، الثقافة، السنة 20، العددان 110، 111، سبتمبر، ديسمبر، 1995.

212. فاكان لويك، نحو علم ممارسة اجتماعي: بنية سوسيوولوجيا بورديو ومنطقها، تر: أحمد حسان، مجلة فصول، العدد:60، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2002
213. فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، العدد:79، مجلة الجامعة، المملكة العربية السعودية، 2014
214. محسن عقون، تغير بناء العائلة الجزائرية، العدد: 17، مجلة العلوم الانسانية، جامعة قسنطينة، جوان 2002.
215. محمد الصالح الصديق، الامام عبد الحميد بن باديس جهاد ومواقف، مجلة الوعي، العدد1، رجب-شعبان1431هـ، الموافق لـ1 جويلية 2006، دار الوعي، الجزائر.
216. محمد، سليم قلالة، المعلوماتية والمجتمع جدلية التأثير والتأثر، علوم وتكنولوجيا ، العدد(38)، ديسمبر 1996 .
217. نصير بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبد الرحمان عزي: مقارنة نقدية، مجلة المستقبل العربي، العدد: 422، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، أبريل 2014.
218. هشام حدوم، 70 بالمائة من الجزائريين مدمنون على الفيسبوك والفاير ، جريدة البلاد ، العدد: 31219، 2015/02/06،
219. هويدا علي، الشباب والهوية والعولمة: جدليات القبول والرفض، العدد: 132، مجلة شؤون عربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، 2007.
220. يحي اليحياوي، في الثقافة الافتراضية، مجلة ذوات، مؤسسة مؤمنون بلا حدود، المغرب، ديسمبر 2014.
221. جريدة آخر ساعة، 2017/03/12.
222. يونس قرار، مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 25، جامعة ورقلة، 2016.
223. جريدة الوطن /2016/03/2.
224. - بيبمون كلثوم، تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الالكتروني والممارسة الواقعية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 21، جامعة محمد بوضياف- المسيلة، 2016.
225. إياد البلعاوي، عادات وأتماط استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي، مجلة الروافد الفكرية، العدد 20، الأردن.
226. إيهاب أبو سمرة، مقارنة لفهم الواقع الافتراضي، مجلة مستقبلات، سبتمبر 2016، الأردن.
227. مهدي سامية، مواقع الشبكات الاجتماعية: قراءة في سوسيوولوجيا الاستخدام، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي، العدد20، ديسمبر2016.

228. منصور تحسين، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الجامعي الأردني، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد 07، ، الجامعة الأردنية، 2014.
229. جمال سعايدي ، الشباب التونسي والتدين دراسة في السلوكات، مجلة الحوار التونسي، العدد 20، 2016.
230. أحمد سمير عبد الهادي حسن، ثقافة الشباب المصري في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد 13، جامعة القاهرة، مصر، 2016.
231. الجعفري قاسم علي، الشباب والهوية في العالم الافتراضي، مجلة بحوث في العلوم الاجتماعية، العدد 45، جامعة الزرقاء، الأردن، 2014.
232. حسن السوداني، تكنولوجيا الإعلام الجديد وحق الخصوصية، دفاتر السياسة والقانون، العدد 11، جامعة ورقلة، 2014.
233. جمال العيفة، الاتصال الشخصي في عصر الشبكات: ضرورة اجتماعية في عالم متغير، العدد 14، مجلة الاتصال والتنمية، دار النهضة العربية، بيروت، أيلول 2015.
234. فاضل البدراني، دور الإعلام في تعزيز ثقافة الحوار والتسامح، العدد 21، مجلة الجامعة العراقية، بغداد سبتمبر 2014.
235. أحمد عزت علي، الإبداع الافتراضي، العدد: 14، مجلة رؤى ثقافية، الكويت، أيلول 2016.
236. شريف أحمد النجا، شبكات التواصل الاجتماعي : الميثاقية بين الجهولين، العدد 16، مجلة روافد الفكر والثقافة، البحرين، سبتمبر 2015.

المواقع الالكترونية:

237. <https://ar.wikipedia.org/wiki/>
238. www.ELDJAZIRA.com/12/02/2018
239. www.alex.com/12/02/2018/
240. www.airfory.com/15/02/2018
241. أحمد علي الصباح، سياسة الخصوصية في تطبيق الفاير، العدد 2559.
242. فتيحة بوغازي، إثنوغرافية الانترنت، [http://audience-studies.over-](http://audience-studies.over-blog.com/article-33018485.html) .blog.com/article-33018485.html .2015/07/28
243. www.aljazeera.net/news/miscellaneous/2015/8/16/400/22/02/2018/

- .www.aljazeera.net/news/healthmedicine/2018/1/25 .244
- http://www.alittihad.ae/details.php?id=26710&y=2015&article=full .245
- http://www.alkhaleej.ae/supplements/page/d2035f2f-4097-4862-
.8726-4bf27398f536 .246
- .http://ibelieveinsci.com/?p=7206 .247
- .midan.aljazeera.net/miscellaneous/2018/1/23. .248
- 12/02/2018.https://naifchair.kau.edu.sa/_ID241810 .249
- https://syriantech.com/2018/01/facebook-invention-time-
unit/24/01/2018 .250

ثانيا: باللغة الأجنبية

- Livres :

251. Adkins,Lisa and Beverly Skeggs,Feminism after bourdieu, 2004.
252. Alex Comminos, Twitter revolutions and cyber crackdowns user
Generated content and social networking in the arab spring and
beyond, Association for Progressive Communication,2011
253. Anna Everett & John Caldwell,New media theories and practices of
digitexteuality,Routledge,New York,2003.
254. Aubert,N,et Haroche,C, les tyrannies de la visibilité , éros , Toulous
2011.
255. Bateson Gregory, Ruesch Jürgen , Communication :the social
matrix of psychiatry , Norton New york, 1951.
256. Baudrillard.J, simulacres et simulation, galilée, PARIS,1981.
257. Berne ,E,Transactional Analyses in psychotherapy: a systematic
individual and social psychiatry,Grove press,New york,1960.
258. BONNET,Défi a la pudeur,puf,PARIS.

259. Bourdieu P , la jeunesse n'est qu'un mot, entretien avec anne-Marie, in « questions de sociologie », edition de minuit,paris.
260. Bourdieu Pierre, Esquisse d'une théorie de la pratique, Seuil, 2000.
261. Bourdieu Pierre, Questions de sociologie, édition originale de Minuit, Cérés Productions Tunis, 1993.
262. Bourdieu Pierre, science of science and reflexivity,translated by richard nice chicago,chicago university press,2004.
263. Certeau M, l'invention du quotidien,arts de faire, guallimard ,paris 1990.
264. Clay CALVERT, Voyeur Nation,anchor books,New york,1998.
265. Creswell,J,W , educational research : planning,conducting,and evaluating quantitative and qualitative research pearson education, 2002.
266. D.Jodelet, les représentations sociales, presses universitaires de France,paris, 1989.
267. Danilo , sociologies de la modernité. Folio essais , Gallimard France 1999.
268. Dayan, D. *Les Mystères de la réception*, Paris, éditions Gallimard, 2007
269. Denis McQuail, mass communication theory. 2010.
270. Dominique Wolton ,penser la communication Editions flammariion, France ,1997.
271. Dominique Wolton, Internet et après? Une théorie critique des nouveaux médias,Flammarion,Paris,1999.

272. Edgar Morin, L'enjeu humain de la communication in la communication , Etat des Savoirs, Editions des Sciences humaines, Auxerre cedex , 1998.
273. Edward Sapir , Linguistique. Editions de Minuit. Paris, 1968.
274. Edward Twitchell Hall, le langage silencieux, Édition du Seuil 1984.
275. El Morr and Mart, virtual community building and the information society : current and future direction.
276. Erving Goffman, Les moments et leurs hommes, Editions Seuil et Minuit, Paris, 1988.
277. FERNAND BRAUDEL , a history of civilizations , translated by richard mayne , penguin press , new york , 1994.
278. Field, John, social capital, routledge, new york, 2003.
279. Finchinzo Kozzina, World map of social networks, 2017.
280. Friederich Kittler, Gramophone, film, and typewriter, Stanford University Press, Stanford, 1999.
281. Geekpreneur, A geek's guide to promoting your self and your online business in 140 character or less with twitter, New Media entertainment USA , 2010.
282. George Herbert Mead, L'esprit, le soi et la société, Paris PUF 1963.
283. George Pallis, Demetrios Zeinalipour-Yazti, and Marios D. Dikaiakos, Online social networks : status and trends, Berlin Heidelberg , Springer-verlag.
284. Gilles Deleuze , Francis Bacon, logique de la sensation, edition de la différence, France.
285. Gilles Lipovetsky et Sébastien Charles, Les temps hypermodernes, le livre de poche, Paris, 2004.

286. Gleick James, La théorie du chaos : vers une nouvelle science, Flammarion.
287. Haker, Richard, an introduction to the work of pierre bourdiue : the practice of theory , macmillan press, 1990 .
288. Hawkes, G ,R & Egbret, values and the empathie response their interrelationship, 1987.
289. J.Habermas, On the Pragmatics of Communication, Edited by Maeve, Cooke, the MIT press, Cambridge, 1998.
290. J.Perriault, la logique de l'usage essai sur les machines a communique, editions Flammarion, 1989.
291. Jean-gabriel Ganascia, voir et pouvoir, qui nous surveille, le pommier, paris, 2009.
292. John Hartley, Jean Burgess & Axel Bruns, A companion to new media dynamics, Wiley Blackwell, London, 2013.
293. Klaas Wiertzema, Patricia Jansen, Basisprinirpes van communicatie, pearson education, amsterdam, 2005.
294. Krug, Gary, communication, Technology and culture chang, SAGE publications, London-Thousand Oaks, New Delhi.
295. LASCH, ch, la culture du narcissisme, climats, paris, 2000.
296. LESLIE A , WHITHE , the concept of culture , bobbs merrill , new york , 1959.
297. Levinson, H, psychology of leadership, Harvard Business review book, 2006.
298. Lohisse Jean, les systèmes de communication, approche socioanthropologique, Editions Armand Colin, France 1998.
299. Louis Lavelle , Traite des valeurs, p u f , paris.

- 300.** Marc Dugain, Christophe Labbé: L'homme nu, la dictature invisible du numérique, éd R Laffont Plon, 2016.
- 301.** Matthew Fraser and Soumitra Dutta, Throwing Sheep in Boardroom : How Online Social Networking will transform your life, work and world, Wiley and sons, London, 2008.
- 302.** Maykut, P. and R. Morehouse, Beginning Qualitative Research , Flamer press, bristol, 1994.
- 303.** Miles, S, Consuming Youth, In Thurlow Crispin, Fabricating youth : New Media discourse and the technologization of young people.
- 304.** Miller Perry, The life of the mind in America, brace and world, New York, 1965.
- 305.** Mors, J , M , designing funded qualitative research, thousand oaks, sage, 1994.
- 306.** Norbert Wiener, Cybernétique et société, Deux-Rivres, Paris, 1952.
- 307.** Paul watzlawick , Le langage du changement Essais Points 1986.
- 308.** Philippe Breton, L'utopie de la communication: le mythe du village planétaire, Paris, la découverte, 1997, .
- 309.** Pierre Bourdieu et A-Sayad, le déracinement, la crise de l'agriculture traditionnelle en Algérie, les éditions de minuit, Paris, 1964.
- 310.** Pierre CHambat, usages des technologies de l'information et de la communication, technologies et sociétés,
- 311.** Pierre Mannoni, les représentations sociales, PUF, 1998.
- 312.** RALPH L. BEALS and HAVYHOINJER , an introduction to anthropology , macmillan , new york , 1953.

- 313.** RHEINGOLD , H , THE VIRTUAL COMMUNITY :
homesteading on the electronic fronteir , reading , M : addison , wesley
2003.
- 314.** ROBERT BIERSTED , the social order an introduction to
socioay , 2 ed , mcgraw hill , new york, 1963 .
- 315.** Rogers, E. M. *Diffusion of innovations* , NY: Free Press. New
York ,2003.
- 316.** Rokeach, M ,The Nature of Human Values, the Free Press, New
York, 1973.
- 317.** Rokeach,M,some unersolved issue in theories of beliefs altitudes and
values, univ of nebarska, press,1980.
- 318.** Serge Tisseron,l'intimité surexposée,ramasay,paris,2001.
- 319.** Shannon Claude,Weaver Warren, The mathematical theory of
communication,Urbana, Illinois, univeresity of Illinois press,1994
- 320.** Stalder,F, Castels, John Willey And Sons Ltd,polity Books,
UK ,2006.
- 321.** Stewart,J and Carole Logan, together: communicating
interpersonally,4edition,New York, 1993.
- 322.** SWARTIZ.D , culture and power : the sociology of peire bourdieu
rhieago , 1997.
- 323.** WAJCMAN ,L'œil absolu, denoel , France, 2010.
- 324.** White, L, A, Dillingham, The concept of culture, Edina Alpha
Editions, A. Division of Burgess International Group, 1974
- 325.** Winkin Yves et autres, la nouvelle communication. Editions du
seuil France 2000.

326. Winkin Yves, La Nouvelle communication, Edition du Seuil, Paris, 1984.
327. Yves Winkin , La nouvelle communication, Editions du Seuil France, 2000.
328. Yves-François Le Coadic, usage et usagers de l'information, Paris ABS , 2001.
- **Études et recherches :**
329. Amir Nlichtand and Jordan Isiegel, the social dimensions of entrepreneurship, Oxford hand book of entrepreneurship, Oxford university press, 2006
330. Bevort, Evelyne , Bréda, appropriation des nouveaux médias par les jeunes : une enquête européenne en éducation aux médias, centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information, paris, 2006.
331. Christian Fuchs, Social networking sites and the surveillance society, A Critical case study of the usage of studiVZ, face book, and my space by students in salzburg in the context of electronic surveillance, Austria 2009.
332. Conflicts of Interest, Privacy/Confidentiality, and Tissue Repositories: Protections, Policies, and Practical Strategies Conference co-sponsored by PRIM&R and the Columbia University Center of Bioethics. 2004 May 3-5, Boston, MA.
333. DANAL MICHELE BOYD, taken out of context american teen sociality in networked publics, brown university, USA, 2008.
334. DANIEL le BLANC, étude ethnographique virtuelle de l'expérience des usagers interagissant avec l'organisme de santé rézo sur facebook,

mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en communication, université du québec a montréal, septembre, 2011.

335. HAJI, S, Building successful online communities, In hart greenfield, johnston, EDS, nonprofit internet strategies: best practices, 2005.
336. Henry Jenkins, Convergence Culture: Where old and new media collide, The New York University Press, New York, 2006.
337. Hewitt, Nicholas, the cambridge companion to modern french culture, cambridge university press, 2003.
338. Lilian Weng, Information Diffusion on Online Social Networks, center for complex networks and systems research, school of informatics and computing, Indiana University, 2014.
339. Manuel castells and Custavocardoso, The network society from knowledge to policy, The Johns Hopkins University, Washington, 2005.
340. Park, Robert. E. Burgess. Ernest W, Introduction, to the sciences of the sociology, Chicago University of Chicago Press, 1970.
341. Yves Winkin, Anthropologie de la communication, De la théorie au terrain, De Boeck Université de Bruxelles 1996.
- **Périodiques et journaux :**
342. A.L KROEBER and CLY KLNKOHON, culture; a critical review of concepts and definitions, with the assistance of wayre untereiner and appendices by alfred g meyer, vintage books; no v - 226, vintage books, new york, 1952.
343. Abderrahmane azzi, development: ethical competence in the information age, Islamic studies, vol 7, no 1, 1998.

344. ABRAHEM MOLES , le mure de la communication, Actes de xvème congrés de la ASPLE , VOL 2 , 1975
345. Alixander Lacroix, La révolution numérique et le sort de l'homme, PHILOSOPHIE MAGAZINE ,N :102 SEPTEMBRE 2016.
346. BEATRIZ.L.A.MILCHAM,online infidelity in internet chat room : an ethnographic, computer in human behavior, vol23,2007.
347. Brian A. Primack and Others, Effects of social networks, American Journal of Preventive Medicine , vol33,march2017.
348. Castells,M,The Rise Of Network Society,The Information Age :E S And C,Vol1,Blackwell Pub,Oxford.
349. CHambat pierre, usages des TIC : évolution des problématiques, technologies de l'information et société, 6, 1994
350. Coralie Picaultu , usages et pratiques de recherches des utilisateurs d'une banque d'images : l'exemple de l'agence de photographie des presse gamma,documentaliste–science de l'information, 2007/06–volume44.
351. Ellison,N ,B, Steinfield,C,The benefits of Facebook friends : Social capital and college students' use of online social networks sites, journal of computer–Mediated communication,n12–4,2007.
352. Emilio Ferrara, Community Structure Discovery in Facebook,International Journal of Social,Networks,Mining, vol1,no1,2012.
353. Emily Jin,Michelle Girvan and M.Newman,The structure of Growing social Networks,SFI Working Paper,no2001–06–032, santa fe institute,june 2001.

- 354.** Fukuyama, Francis, Social Capital And Civil Society, international monetary fund, october 1.
- 355.** Fulk J, social construction of communication technology, academy of management journal, 36, 1993
- 356.** J. Jouet et D. Pasaquier, Les jeunes et l'écran, Réseaux N97, CENT, Paris.
- 357.** J. Jouet, Pratique de communication figures de la médiation, Réseaux N60, CENT, Paris.
- 358.** Jacques Cosmier in Cahiers critiques de thérapie familiale et de pratique de réseaux : Texte et contexte dans la communication, Cahier N° 13, France – Juin 1991.
- 359.** Jane Lewis and Anne West, friending: london- based undergraduates, experience of facebook, new media society, CAIRO UNIV on december 18, 2009.
- 360.** John Bryden, Sebastian Funk, and Vincent AA Jansen, Word usage mirrors community structure in the online social network, EPJ Data Science, vol 2, no 3, 2013.
- 361.** Kim Sung Tae & David Weaver, Communication Research About the Internet: A Thematic Meta-analysis. New Media & Society, Vol 4, No 4.
- 362.** Lange, P, G, Publicly privat, Sosial networking on Youtube Journal of computer-Mediated Communication, N13 2007.
- 363.** Parsons T, Age and Sex in the social structure of the United-States, American Sociological review, vol 5, 1942 octobre, cite by : régis bigot : evolution des valeurs des jeunes entre 1979 et 2006 : la documentation française, horizons stratégiques 2007.

364. Paul Taylor, Critical theory 2.0 and im/materiality, The bug in the machinic flows, Interactions: Studies in Communication & Culture. Vol 1. No 1. 2009.
365. Sherry Turkle, Who am we ?. *Wired*, New York, January 1996.
366. Sherzer Joel , The ethnography of speaking, : A critical appraisal, in SAVILLE-TROIKE, M.(ed), Linguistics and Anthropology. Georgetown, U. Round Table on languages and linguistics 1977, Washington, D.C, Georgetown.
367. Siegel, D, Social Networks and Collective Action, American Psychological Association, Vol 29, No 9 September.
368. Siti Ezaleila Mustafa and Azizah Hamzah, Online Social Networking : A New Form of Social Interaction International Journal of Social Science and Humanity, vol 1, n2, July 2011.
369. Spinoza, The chief works of benedict spinoza, vol 2, Lettres, No : 21, 2002 .
370. Woodruff, A, the roles of value in human behavior the journal of social psychology, vol 36, 2001.
- **Sites Web :**
371. . ASLIHAN AKKAYA , devotion and friendship through facebook , <http://search.proquest.com/docview /1220491965,26/07/2016>
372. . C. F.R.Redfield.Mhinton et Herckovits, memonaidnim for the study of acculturation, in American Anthropologist, vol 38, 1936, pp149-152. Voir : <http://www.socialinfo.ch/cgi-bin/dicoposso/show.ifm?id:5>.

- 373.** DOMINIQUE, Boulier ,Les Machines changent les médiation restent[on line] refe de 2009 URL .www. grm.uqam. ca/cmo2001/boullier.html
- 374.** . Gregory martin , The internet: an ethnographic approach by Daniel Miller ;DON SLATER , Clark University,http ://www.jstor .org /stable /4140832,26/07/2016.
- 375.** Hélène Bourdeloie,Retour sur quelques notions-clé de la sociologies des usages des TIC: le cas des cédéroms de musée[on line] refe de 2009 , disponible surwww.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Bourdeloi.pdf.
- 376.** Herring S,Slouching Toward the Ordinary : Current Trends in Computer – M ediated Communication, New Media & Society, vol 6 n1,2004,http : //faculty washington. Edu/thurlow/ com482/herring %282004%29.pdf.
- 377.** http://www.amazon.com/millennials-rising-next-great-generation/product-reviews/0375707190 page number =7,20/12/2016.
- 378.** http://www.amazon.com/product-review/0375707190/ref=pr_all_summary_cm_cr_acr_txt?ie=utf8&showviewpoints=1,20/12/2016.
- 379.** http://www.amazon.com/review/R7V406W7UY8,20/12/2016,
- 380.** http://www.arabsocialmediareport.com/home/index.aspx,10/07/20.
- 381.** http://www.arabsocialmediareport.com/home/index.aspx,19/03/201 J.le Marec,pour un nécessaire empirisme, www.txtnet .com/ote/jlm. htm.le24/05/2015.
- 382.** Josiane, Jouët, Pratiques de communication : Figures de la médiation, Réseaux, CNET, n° 60, [on line] refe de 2009.

- 383.** Kyle, M, Digital Media in My Life, In the 2006 Global kids Digital Media Essay. <http://olpglobalkids.org/books/book4.pdf>.
- 384.** LACROIX, Jean-Guay enterez, ET autres ; La mise en place de l'offre des usages des intc le cas de vidioway et de teletel. [on line] refe de 2009. URL. www.grm.uqam.ca/cmo2001/lacroix/index.html..
- 385.** Livingston, S & Moira, B, Children and Their Changing Media Environment : A European Comparative Study , Lawrence Erlbaum Associates, NJ, 2001, <http://books.google.ae/books?id..>
- 386.** Oriane regus. Représentation des garantes roumaines su leurs usages d'internet en contexte d'immigration a Montréal. [on line] refe de 2009 , disponible sur www.archipel.uqam.ca/2784/1/D1898.pdf.
- 387.** PIERRE, musso , Le cyberspace figure de l'utopie technologique reticulaire [on line] refe de 2009 URL www.erudit.org/erudit/socsoc/vol32/musso.htm.
- 388.** PSB, What Teens Think. <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/cool/teens.19/12/2016>
- 389.** . THIERRY, bardini, et serge proulx, des nouvelles de l'interaction, phénomène de convergence entre la télévision et internet [on line] refe de 2011. URL, www.grm.uqam.ca/cmo2001/thiery.html.
- 390.** VINCENT, Mabillot; interactivite stagings; users representations in interactive mediation. [on line] refe de 2011 URL; www.vincent.mabillot.free.fr/interactivite/these/parte01.html.

قائمة الملاحق



استمارة مقابلة دراسة معنونة بـ:

القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي

دراسة اثنوغرافية

البيانات الشخصية:

1. الجنس: ذكر أنثى
2. السن:
3. المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي دراسات عليا
4. الوظيفة: بطال طالب موظف
5. الوضعية الاجتماعية: أعزب متزوج مطلقة

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

6. ما هي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي تملك فيها حسابا شخصيا:

- الفيسبوك:
- التويتر:
- اليوتوب:
- المدونات الالكترونية:
- لينكد إن:
- بعض المواقع الأخرى والتطبيقات المتعلقة بالشبكات:
 - فراندستر:
 - ماي سبيس:
 - تطبيق السكايب:
 - تطبيق الفاير:
 - تطبيق الانستغرام:
 - خدمة أريس إس:

7. ما هي شبكات التواصل الاجتماعي التي تنشط فيها بكثرة:

-
-
-
-
-
-
-

8. منذ متى وأنت تنشط عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

.....

9. ما هي الأوقات المفضلة لديك لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ؟
 الفترة الصباحية الفترة المسائية الفترة الليلية كل الأوقات
10. ما هو معدل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي يوميا؟
 أقل من ساعة 1 - 3 ساعات 3 - 6 ساعات 6 - 9 ساعات 9 - 12 ساعة أكثر من 12 ساعة
11. ما هو الوسيط الذي تستخدمه للنشاط في شبكات التواصل الاجتماعي؟
 الحاسوب الهاتف النقال اللوحات الذكية أخرى:.....
 لماذا؟.....
12. ما هو المكان المفضل لديك لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
 المنزل مكان الدراسة مكان العمل مقاهي الانترنت أخرى:.....
13. هل تملك أكثر من حساب في موقع واحد من مواقع التواصل الاجتماعي؟
 نعم لا
 إذا كانت إجابتك بـ(نعم)، فلماذا؟.....
14. ما هي دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

15. ما هي أكثر المواضيع التي تهتم بها في مواقع التواصل الاجتماعي؟

16. ما هي أشكال الاهتمام بهذه المواضيع؟
 النشر المشاركة التعليق الإعجاب أخرى:.....
17. هل تنشط ضمن مجموعات محددة في مواقع التواصل الاجتماعي؟
 نعم لا
 إذا كانت إجابتك بـ(نعم)، فما هي أسباب ذلك؟

- المحور الثاني: تمثيلات الشباب الجزائري للقيم الثقافية**
- تمثيلات الشباب الجزائري للقيمة المركزية (التواصل):
18. كيف يتجسد مفهوم التواصل عندك في مواقع التواصل الاجتماعي؟

19. هل ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على علاقات جديدة؟
 نعم لا
20. ما هي دوافع بناءك لهذه العلاقات؟

21. ما هي معايير قبول فاعلين آخرين ضمن نشاطك في هذه المواقع؟

22. ما هي الطريقة المثلى بالنسبة إليك للتواصل عبر هذه المواقع؟
 الكتابة الصور الرسائل الصوتية الفيديو كل ما سبق

23. هل تلتزم بالأخلاقيات التالية في تواصلك مع الآخرين عبر هذه المواقع؟

- الرد على الرسائل: نعم أحيانا لا
- التعليق على الأحداث التي تهم الأصدقاء: نعم أحيانا لا
- المبادرة في الحديث والسؤال: نعم أحيانا لا
24. هل تؤمن بالاختلاف في الرأي على حساباتك الشخصية؟
نعم لا حسب المواضيع

..... لماذا؟

25. ما هورد فعلك إذا صادفت من لا يوافقك الرأي في منشوراتك؟

- الحظر حذف المنشور تعديل المنشور الجدل

..... لماذا؟

26. حين تنشر منشورا على حساباتك في هذه المواقع، هل تنتظر رد فعل من الجمهور؟

- نعم لا

- تمثلات الشباب الجزائري لمجالات القيمة المركزية:

➤ مجال الذات :

▪ الهوية:

27. هل ترى بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعدت على الارتباط بالدين؟

- نعم أحيانا لا

..... كيف ذلك؟

28. هل تعرضت لبعض المواقف الاتصالية في هذه المواقع التي تدعوك للتخلي عن الدين؟

- نعم لا

..... كيف ذلك؟

29. ما هي اللغة التي تتواصل بها عبر هذه المواقع؟

..... لماذا؟

30. هل تأخذ اللغة العربية الفصحى حيزا من كتاباتك في هذه المواقع؟

- نعم أحيانا لا

31. هل تتواصل بها مع الأصدقاء؟

- نعم أحيانا لا

..... لماذا؟

32. هل ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي على الارتباط بعاداتك وتقاليديك؟

- نعم أحيانا لا

..... كيف ذلك؟

33. هل ساعدتك مواقع التواصل الاجتماعي على أحياء تراثك؟ (التاريخ، التراث المادي واللامادي)؟

- نعم أحيانا لا

▪ الحرية:

33. ما مفهومك للحرية؟

.....

.....

34. هل ترى بأن هذا المفهوم يتجسد في نشاطك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

35. هل أنت حر في نشر ما تحب عبر هذه المواقع؟

نعم أحيانا لا

36. هل أنت حر في تكوين صداقات مع من تحب في هذه المواقع؟

نعم أحيانا لا

37. هل صادفت أي مضايقات في نشاطك عبر هذه المواقع؟

نعم أحيانا لا

-إذا كانت إجابتك بـ(نعم) أو (أحيانا) ، فما هي طبيعة هذه المضايقات؟

قانونية تقنية اجتماعية أخرى:

▪ الخصوصية:

38. ما مفهومك للخصوصية؟

39. هل ترى بأن حساباتك في هذه المواقع ملك لك وحدك؟

نعم لا

40. هل تعرضت سابقا لقرصنة حسابك؟

نعم لا

41. ما هي البيانات التي تشاركها مع العامة؟

42. ما هي البيانات التي لا تشاركها مع العامة؟

43. هل تستطيع أن تعطي معلومات حسابك السرية لشخص آخر؟

نعم لا

-لماذا؟

44. هل أنت صادق في بياناتك الشخصية عبر هذه المواقع؟

نعم في بعض البيانات لا

-لماذا؟

45. هل ترى بأن تكوين صداقات خارج حدودك الجغرافية محليا ووطنيا يهدد حفاظك على خصوصيتك؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

➤ مجال الزمان والمكان :

46. هل ترى بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد استحوذت على جل وقتك، الأمر الذي جعلك تهمل أعمالا أخرى؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

47. هل يتميز نشاطك بالسرعة بنفسها بين الزمن المعيش والزمن الافتراضي؟

نعم لا

48. هل يكفيك زمن الاستخدام في القيام بكل نشاطاتك التي تريدها عبر هذه المواقع؟

نعم أحيانا لا

49. هل تحاول أن تستذكر بعض الأحداث التي تهتمك في مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

50. ما هي الأماكن التي تراها بشكل متكرر في حساباتك؟

51. ما هي الأماكن التي تعمل على نشرها في حساباتك على هذه المواقع؟

52. هل تعمل على تحديث حساباتك بشكل دوري؟

نعم أحيانا لا

-إذا كانت اجابتك بـ(نعم) أو (أحيانا)، كيف ذلك؟

- تمثلات الشباب الجزائري للقيمة الأصلية (الحياء) :

53. كيف تفهم قيمة الحياء؟

54. هل ترى بأن هذه القيمة تغير مدلولها في الوقت الراهن؟

نعم لا

-كيف ذلك؟

55. عند نشرك لأي محتوى في حساباتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل تأخذ في عين الاعتبار هذه القيمة؟

نعم أحيانا لا

-إذا كانت إجابتك بـ(نعم) أو (أحيانا)، فممن تستحي؟

المحور الثالث: القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي

56. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التعارف)؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

57. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الحوار)؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

58. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التفاعل)؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

59. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التفاهم)؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

60. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الجدال)؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

61. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التشارك) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

62. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الاختلاف) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

63. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التسامح) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

64. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (النفعية) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

65. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الاستهلاك) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

66. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (المجاملة) ؟

نعم أحيانا لا

67. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الارتباط بالدين) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

68. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الحفاظ على العادات والتقاليد) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

69. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الحفاظ على اللغة) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

70. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (إحياء التراث) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

72. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التنافسية) ؟

نعم أحيانا لا

73. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التعددية) ؟

نعم أحيانا لا

74. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (رفض السلطة) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

75. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (رفض التمثيل أو الإنابة) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

76. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الإبداع والتميز) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

77. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التحكم) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

78. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الرقابة) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

79. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (حب الذات) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

80. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الملكية) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

81. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (المصداقية) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

82. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الثقة) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

83. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (السرية) ؟

نعم أحيانا لا

84. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التسارع) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

85. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الاستغراق) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

86. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التنظيم) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

87. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الالتزام) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

88. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التجاوز) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

89. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الاسترجاع) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

90. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الولاء) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

91. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الشبكية) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

92. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (الانسيابية) ؟

نعم أحيانا لا

93. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (المحلية) ؟

نعم أحيانا لا

94. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التفكيك والتجزئية) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

95. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التحديث) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

96. هل ساعدك استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي على اكتساب قيمة (التخليية) ؟

نعم أحيانا لا

-كيف ذلك؟

استمارة الملاحظة الخاصة بدراسة: **القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي**

دراسة اثنوغرافية

معلومات المبحوث: (الفئة.....)

رقم المبحوث:..... الجنس:..... السن:..... المستوى التعليمي:..... الوظيفة:..... الوضعية الاجتماعية:.....

أولاً: ملاحظة الاستخدام

مؤشر الاستخدام												اليوم	الشهر	
12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1			
														شهر أبريل
														شهر ماي

ثانيا: ملاحظة الاكتساب القيمي

القيم الثقافية المكتسبة																												اليوم	الشهر												
40	39	38	37	36	35	34	33	32	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13			12	11	10	09	08	07	06	05	04	03	02	01
																																						01	أوت		
																																						02			
																																						03			
																																						04			
																																						05			
																																						06			
																																						07			
																																						08			
																																						09			
																																						10			
																																							11	سبتمبر	
																																						12			
																																						13			
																																						14			
																																						15			
																																						16			
																																						17			
																																							18		
																																							19		
																																							20		
																																							21	أكتوبر	
																																						22			
																																						23			
																																						24			

تم بحمد الله

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Salah Bounider - Constantine 3



Faculté des Sciences de l'Information et de la Communication et de l'Audiovisuel
Département de la communication et Relations Publiques
Spécialité : communication et relations publiques
Numéro de série :
Numéro d'inscription :

**Les valeurs culturelles acquises d'usage
des réseaux sociaux chez les jeunes
Etude ethnographique**

Thèse en vue de l'obtention du doctorat Sciences en communication et relations
publiques

Réalisée par :
YAHIA TAQIYEDDINE

sous la direction de :
Pr. OUHABIA FATIHA

Jury :

Nom et Prénom	Grade	Université	
Dr/ Bouchoucha A.hamid	Maitre de conférence A	université Salah Bounider constantine3	Président
Pr/ Ouhaibia Fatiha	professeur	université Badji Mokhtar Annaba	encadreur
Pr/ Saadi Wahida	professeur	université Badji Mokhtar Annaba	membre
Dr / Djerboua Adel	Maitre de conférence A	université Salah Bounider constantine3	membre
Dr/ Bouafia Aissa	Maitre de conférence A	Université Emir Abdelkader des Sciences Islamiques	membre
Dr/ khalfallaoui chems-diat	Maitre de conférence A	université Badji Mokhtar Annaba	membre

Année universitaire 2017/2018