

استخدامات تطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين: خيارات تفاعلية أم حتمية رقمية ؟ *New Media Applications Uses in Adolescents' Daily Lives: Interactive Choices or a Digital Imperative?*

نوال رضا^{1*}، كمال بوقرة²

¹ جامعة الحاج لخضر باتنة (الجزائر)، redha.nawal@univ-oeb.dz

² جامعة الحاج لخضر باتنة (الجزائر)، kamboug34@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2021 / 05 / 12 تاريخ القبول: 2021 / 09 / 20 تاريخ النشر: 2021 / 09 / 30

ملخص:

سعت هذه الدراسة التحليلية إلى بسط آليات الاستخدام الرقمي لتطبيقات الميديا الجديدة لدى المراهقين- الجزائريين أنموذجا ، ضمن سياقات البيئة الاجتماعية التي ينتمون إليها تبعا لما يعكسه الواقع اليومي لمراهقي المجتمع الجزائري خلال السنوات الأخيرة في ظل تطبيقات الميديا الجديدة عبر الوسائط المحمولة والذكية، على غرار مؤشرات النفاذ وعلاقته بالخصوصية النفسية للمستخدم المراهق -الجزائري- ضمن النسق المجتمعي الجزائري.

وقد توصلت الدراسة إلى تبيان أن استخدامات المراهقين للمعطى التكنولوجي الرقمي تتمظهر كحتمية فرضها الانتقال والتحول الرقمي للمجتمعات والذي تزايد معه فرص النفاذ وخيارات التفاعل مع تطبيقات الميديا الجديدة ضمن نطاقات البيئة الرقمية الجديدة .

الكلمات المفتاحية: استخدام ؛ تفاعلية؛ تطبيقات رقمية ؛ مراهقين ؛ ميديا جديدة

Abstract:

This analytical study sought to simplify the mechanisms of digital use of new media applications among adolescents - Algerians as a model-, according to what reflects the daily reality of the adolescents of Algerian society in recent years in light of new media applications; and its relationship with the psychological privacy of the adolescent user.

The study found that adolescents' use of digital technology appears as an imperative imposed by the digital transition and transformation of societies, which increases access opportunities and options to interact with new media applications within the new digital environment.

Keywords: *Digital applications; Interactivity; New media; Use; Teenagers.*

1. مقدمة

شهد المجتمع الجزائري على غرار المجتمعات العربية ، في غضون العشر سنوات الماضية تناميا ملحوظا بمعدلات النفاذ التكنولوجي والرقمي إلى الأدوات والشاشات الرقمية عبر الوسائط المحمولة والذكية والمتصلة بالإنترنت والذي بلغ حسب التقرير السنوي الصادر شهر جانفي 2021 عبر منصة الإحصاءات العالمية "HOOTSUITE" ، عدد مستخدمي المواقع الأنترنيتية والتطبيقات الرقمية في الجزائر 26.35 مليون مستخدم بزيادة قدرت بنسبة +16 بالمائة مقارنة بالعام 2020 . لتصل معدلات انتشار الإنترنت بالجزائر بداية العام 2021 نسبة 59.6 بالمائة. بينما بلغ معدل التواجد الرقمي للمستخدمين الجزائريين عبر تطبيقات الميديا الجديدة حسب نفس التقرير 25 مليون مستخدم بداية عام 2021 بزيادة قدرت بنسبة +14 بالمائة مقارنة بالعام 2020. في حين بلغت النسبة العامة لمستخدمي تطبيقات الميديا الجديدة في الجزائر 56.5 بالمائة من النسبة الإجمالية لسكان الجزائر و سجلت نسبة 46.82 بالمائة متصل عبر شبكة الهواتف المحمولة مطلع العام 2021. (Hootsuite, 2021) . كما تشير معطيات الواقع الاجتماعي الحقيقي والافتراضي إلى أن تطبيقات الميديا الجديدة عبر الوسائط المحمولة الرقمية والذكية Smart Mediums ، إذ تعكس فعلا هذه الإحصائيات أن هذه الأخيرة قد أصبحت جزءا لا يتجزأ من محيط الأفراد في الحياة اليومية The everyday life ومن فئات عمرية مختلفة وفي مقدمتها فئة المراهقين. الأمر الذي يؤكد أن نشأة المراهقين الجزائريين اليوم في ظل معطيات البيئة الاتصالية الرقمية تتميز بشديد من الخصوصية في ظل ما أفرزته الديناميات الافتراضية القائمة على سيرورات النفاذ التكنولوجي الرقمي والحضور والتفاعل الافتراضي عبر الفضاءات الأنترنيتية التي لا تتوقف تطوراتها التكنولوجية ولا تتوقف معها سيرورات الاستخدام والتفاعل الرقمي للبشر عموما والمراهقين الأكثر جذبا للمستحدثات التكنولوجية والرقمية بصفة خاصة .

بناء على الاعتبارات السابقة الذكر والملاحظات الميدانية لواقع الاستخدام الرقمي لمختلف تطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين -الجزائريين- أنموذجا- والذي يعكس التعلق النفسي والاستعمال والاستهلاك اليومي للمنصات الرقمية المتعددة خلال مرحلة المراهقة كطقس من طقوس العصر الرقمي الذي يدعم بعض الخصوصيات النفسية والاجتماعية لهذا الانتقال العمري من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الرشد. وعليه تأتي هذه الدراسة التحليلية للإجابة عن التساؤل العام التالي : هل تتجسد تطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين - الجزائريين- بوصفهم جيلا رقميا – كخيار تفاعلي أم كحتمية رقمية ؟ وهو التساؤل الذي نسعى إلى الإجابة عنه من خلال التساؤلات الفرعية التالية : ماهي خيارات النفاذ Access التكنولوجي والتفاعلية الرقمية المتاحة للمراهقين -الجزائريين- في الحياة اليومية ؟ ماهي السياقات Contexts النفسية المؤطرة لفعل الاستخدام الاجتماعي لتطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية لدى المراهقين -الجزائريين-؟ وما هي طقوس الاستخدام الرقمي لتطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية لمراهقي المجتمع الجزائري؟

نهدف من خلال الدراسة المقدمة إلى تحقيق الأهداف المتعلقة أولا، شرح مستويات النفاذ والوصول التكنولوجي والرقمي لدى المراهقين -الجزائريين- في الحياة اليومية . ثانيا ، ضبط السياقات النفسية المؤطرة للاستخدام الرقمي لتطبيقات الميديا الجديدة خلال مرحلة المراهقة في المجتمع الجزائري . وثالثا، إبراز طقوس الاستخدام التفاعلي للتطبيقات الرقمية في الحياة اليومية لدى المراهقين الجزائريين.

أولاً: مستويات الوصول التكنولوجي والنفوذ الرقمي لدى المراهقين في الحياة اليومية.

يعكس مفهوم النفوذ الرقمي فرص وصول الأفراد إلى التكنولوجيا وشبكات الاتصال الرقمية خلال الحياة اليومية وهنا يجب أن يعي مستخدمو التكنولوجيا Users أن فرص الاستخدام الأمثل غير عادلة نظراً لتفاوت الإمكانيات والكفاءات بين الأفراد والبلدان ، الأمر الذي يؤثر قطعاً على التنمية المستدامة للمجتمع ككل ومستويات المشاركة الكاملة للفرد في المجتمع الرقمي. لذا يُعد العمل على تحقيق المساواة في القدرة على استخدام التكنولوجيا، والتأكد من عدم حرمان أي شخص من الوصول الرقمي، نقطة انطلاق أساسية للمواطنة الرقمية. (acrseg) ويقدم مؤشر Digital Adoption Index (DAI) تصوراً عن مدى استفادة كل دولة من تكنولوجيا المعلومات، ومقدار توظيفها للتقنية في القطاعات البشرية والاقتصادية والحكومية. (الخيبي إ.، 2019) يتفرع عن المؤشر السابق الذكر ثلاث مؤشرات وهي مؤشر الأعمال DIA business ومؤشر الحكومات gouvernement DIA و مؤشر الأشخاص DIA people حيث يقيس هذا الأخير مدى استخدام الأشخاص لتكنولوجيا المعلومات، ومدى دخول التكنولوجيا في حياتهم اليومية، من خلال حساب توفر الاتصال بالإنترنت لكل شخص داخل المنزل، أو خارجه (من خلال هاتف نقال). بالنسبة للجزائر حسب ذات التقرير تحتل المرتبة التاسعة من مجموع 23 دولة عربية مباشرة وتسبقها الدول التالية: العراق ، لبنان ، عمان ، السعودية ، الكويت ، قطر ، البحرين والإمارات التي تصدرت القوائم الثلاثة المتعلقة بمؤشر الانتشار التكنولوجي في الدول العربية . (الخيبي إ.)

في ظل هذه المؤشرات، تبرز فرص وصول المراهقين في المجتمع الجزائري إلى الوسائط الاتصالية التكنولوجية في الحياة اليومية كمظهر من مظاهر التنمية المجتمعية المستدامة . كما تبرز أيضا الاجتهادات الفردية والجماعية والحكومية في تعزيز فرص الوصول التكنولوجي والشبكي وبالرغم ما يطرح من إشكالات تعميمها وإتاحة الفرص المتساوية امام أفراد المجتمع الجزائري عموما من جهة ، وكذلك جودة الخدمات المتوفرة على غرار طبيعة المنتجات التكنولوجية والخدمات الشبكية المتاحة وفروق التدفق الأتريتي عبر المناطق المختلفة.

فعلى المستوى الأسري ، نجد ان العديد من الأولياء يجتهدون في اقتناء الوسائط الاتصالية التكنولوجية الحديثة على غرار الأجهزة الحاسوبية والهواتف المحمولة والذكية واللوحات للمسبية... الخ بدافع مسابرة التطور التكنولوجي الحاصل . لتتحول في غضون السنوات الأخيرة إلى هدايا تحفيزية للأبناء من اجل تحصيل العلمي المميز والتفوق العلمي خلال المسار التعليمي . وبالرغم من تعدد أسباب ولوج هذه التكنولوجيات المتصلة بالإنترنت إلا انها تدعم بشكل او بأخر أليات الوصول التكنولوجي ومنه النفوذ الرقمي في ظل ما تتيحه هذه الوسائط الاتصالية المتصلة بالإنترنت من خيارات الولوج إلى العوالم الافتراضية والمنصات الرقمية المتعددة.

لابد من التأكيد في هذا المقام ان الولوج إلى العوالم الافتراضية والمنصات الرقمية المتعددة عموما يتطلب مهارات رقمية أساسية وأخرى متوسطة ، فبالنسبة للمراهقين – الجزائريين- هذه المهارات لا تعد عائقا أمام العديد منهم على اختلاف أعمارهم والسبب باختصار أنهم نشأهم جرت في كنف هذه الوسائط التكنولوجية وبعض تطبيقاتها الرقمية على غرار تطبيقات الألعاب الرقمية منذ سنوات الطفولة الأولى عندما منح الأولياء جهاز المحمول الذكي مثلا لطفله لأجل تمضية بفض الوقت عبر تطبيقات الميديا الجديدة المتعددة . وببلوغ هذا الطفل مرحلة المراهقة يكون قد اجتاز مرحلة الاكتشاف والانبهار بهذه المستحدثات التكنولوجية بل يجتهد في إيجاد فرص تملكها لضمان نفاذه واستخدامه الرقمي لها بدون مثبطات او عوائق

بل والاجتهاد في اكتساب مهارات رقمية أعلى مستوى من تلك التي استفادها من اوليائه أو أقربائه خلال طفولته والتي تمكنه من ولوج عوالم انترنيتية أكثر تعقيدا . باختصار تمثل هذه الحثيات ارهاصات رحلة الوصول التكنولوجي لدة المراهقين الجزائريين من الجبل الرقمي الذين تزامنت ولادتهم ونموهم وتكنولوجيات الاتصال الحديثة وتطبيقاتها الرقمية .

ثانيا: السياقات النفسية المؤطرة للاستخدام الرقمي لتطبيقات الميديا الجديدة خلال مرحلة المراهقة في المجتمع الجزائري

يدرج مفهوم الاستخدام ضمن تيار سوسيولوجيا الاستخدام، وقد أورد القاموس السوسيولوجي Robert عام 1999 معنيين له ، فأول معنى يتلاقى مع "الممارسة الاجتماعية التي ومن خلال قدمها أو تكرارها المستمر تصبح ممارسات عادية في ثقافة ما". بمعنى الاستخدام يتم في سياق من الممارسات (العائلة، التسلية، العمل) وفي هذه الحالات من السياقات تتولد المعاني الاجتماعية لها أما المعنى الثاني الذي قدمه هذا القاموس لكلمة استخدام تشير إلى الاستخدامات الخاصة التي يمكن أن يقوم بها الفرد أو الجماعة اتجاه شيء أو جهاز...ويتعلق الأمر هنا بتوضيح الاستخدامات الاجتماعية والمعاني الثقافية المحددة لهذه التوجهات أمام الأشياء أو الأجهزة في الحياة اليومية. وهو ما يتماشى أيضا مع البراديغم الحديث للتفاعل الذي لا يشير فقط إلى تفاعل الأفراد بل يضم أيضا تفاعل الشخص مع الشيء أو مع الجهاز. (هوارى، 2011) في حين أشار شامبا بيار Chambat Pierre إلى أن الاستخدام ليس شيء طبيعي ولكنه نتاج اجتماعي. "فلاستخدامات تعني الممارسات الثقافية التي تحدث باستمرار في الحياة اليومية والتي يتم التعايش معها كأنها ممارسات عادية ومقبولة " (Chambat, 1994) غير أن هذا التعريف لا يشير بالضرورة إلى العدة التقنية. وحسب سياقات التحليل والتأطيرات النظرية المستعملة فان "مفهوم الاستخدام " يشير إلى تعاريف غير منتهية التي تنطلق من قطب تبني بسيط (شراء، استهلاك، تعبير عن طلب اجتماعي أمام العرض الصناعي) إلى قطب الاستيعاب . "Adoption" . (Chambat, p. 255) وعليه يتم التسجيل الاجتماعي لتكنولوجيات الإعلام و الاتصال في أربع مراحل، تبني، اكتشاف، تعلم ثم جعلها مألوفة (أو رفضها)، ويعد في هذا الصدد "الممارس النشيط" الذي يبني علاقات متطورة وغير مستقرة أهم نموذج أوجده "سوسيولوجيا الاستخدام" حسب "جوزيان جوي". (JOUET, 2000) ويعتبر ميشال دو سيرتو " Michel de Certeau " أول من قدم تعريف أصلي لاستخدام وسائل الإعلام والتكنولوجيات " كمكان للإبداع الثقافي" من خلال وصفه بالبريكولاج Bricolage مع السلعة المتوفرة" (Chambat, p. 258) وقد حددت مساهمة "دو سيرتو" في هذا الصدد إطار نظري ومنهجي لم يسبق لها مثيل من اجل فهم وشرح الاستخدام. وحسب " Giard Luce " أحد المقربين من هذا الباحث فان المسألة الأساسية عند "دو سيرتو" صيغت من خلال اشكاليته حول" الإبداع الثقافي للأشخاص العاديين، ومن خلال تساؤله عن الإنتاج اليومي للثقافة سعى الباحث إلى فهم الميكانيزمات التي من خلالها يبدع الأفراد بطريقة مستقلة باعتبارهم فاعلين، وهو الإبداع الذي يعبر عنه من خلال صيرورة استهلاكهم وكذا ممارساتهم اليومية" (Chambat, p. 258) .

نميل إلى تبني مفهوم الاستخدام على أنه أنماط اجتماعية تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف بحيث تشكل عادات مندمجة في يوميات المستخدمين - المراهقين- وتفرض نفسها في قائمة ممارسات الحياة اليومية . وتستند الباحثة في توظيفها لمفهوم الاستخدام الرقمي إلى الاعتبارات التالية : أولا كون مفهوم الاستخدام يؤدي عادة إلى طرح التساؤل "ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات والأشياء التقنية" ؟ وقياسا عليه وعلاقة بموضوعنا ماذا يفعل المراهقون حقيقة بتطبيقات الميديا الجديدة ؟ أما ثانيا باعتبار مفهوم

الاستخدام يميل بدوره إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيات، أي علاقة الفرد بالأشياء التقنية و بمحتوياتها أيضا، كما أن الاستخدام فيزيائيا يميل إلى استعمال وسيلة إعلامية أو تكنولوجية قابل للاكتشاف و التحليل عبر ممارسات و تمثلات خصوصية. وقياسا عليه وعلاقة بموضوعنا نسعى إلى فهم مستويات الوصول التكنولوجي والنفوذ الرقمي إلى المنصات الرقمية وتطبيقاتها التفاعلية. وثالثا، كون مفهوم الاستخدام يقتضي أولا الوصول إلى تكنولوجيا معينة، بمعنى أن تكون متوفرة فيزيائيا (ماديا) ثم ضرورة أن يتم تبني هذه التكنولوجيا حتى نستطيع الحديث عن الاستخدام. إذ من لا يمكننا تفسير استخدامات الميديا الجديدة وتطبيقاتها الرقمية لدى المراهقين دون فهم مستويات الوصول التكنولوجي والنفوذ الرقمي. فبالرغم من كون الميديا الجديدة أو الاعلام الجديد: new media / nouveaux media كمصطلح يستخدم في الادبيات النظرية العربية كترجمة للمقابل الإنجليزي New Media والفرنسي Nouveaux medias وواضح أنه حدث خطأ في تعريب المسمى الإنجليزي فأصل كلمة "Media" هو "Medium" التي تعني الوسيط / الناقل ، ولذلك عربت كلمة " MultiMedia " سابق إلى الوسائط المتعددة ولم تعرب إلى الإعلام المتعدد ، ولذلك يورد الباحثين ان استخدام كلمة الميديا الجديدة هو الأصح ، واستنادا إلى هذه القاعدة في الترجمة ، يصبح التعريب الصحيح لمصطلح New Media هو الوسائط الجديدة ، او الإعلام بالوسائط الجديدة . (عيساني، 2013) إلا أنه يمكن النظر إلى تطبيقات الميديا الجديدة new media apps: وفق ما يعرفها قاموس أكسفورد بأنها " معظم التطبيقات التي تمكن مستخدميها من إنتاج محتوى ومشاركته مع آخرين ، و/ أو اندماج الاشتراك في شبكات اجتماعية " (Oxford, 2013) وكذلك كتطبيقات الإنترنت Web Apps وبانها " تطبيقات الهاتف المحمول " Mobile Apps و التي تعني برنامج يمكن تنزيله مجاأ أو مقابل رسوم ويمكن تشغيله من نظام تشغيل الهاتف. يتم تكييف تطبيقات الهاتف المحمول مع البيئات التقنية المختلفة للهواتف الذكية وقيودها وإمكانياتها المريحة (شاشة تعمل باللمس بشكل خاص). وهي تسمح بشكل عام بوصول أكثر راحة وفعالية إلى المواقع التي يمكن الوصول إليها أيضا في إصدارات الجوال أو الويب " (definitions- (webmarketing, 2019) وقد تم توظيف مفهوم تطبيقات الميديا الجديدة في الدراسة للدلالة على البرامج الموجودة عبر المتاجر الرقمية عبر بوابات الأجهزة الرقمية المحمولة والذكية مثل Apple App Store أو Android Market أو World Blackberry App والتي يزورها المستخدمون للبحث وتنزيل التطبيقات الرقمية التي يريدونها والتي تظهر وفق فئات رئيسية وأخرى فرعية تمنح خيارات تحميلها بناء على معطيات وبيانات تقنية تشير إلى مزاياها وعدد تحميلاتها من طرف المستخدمين السابقين.

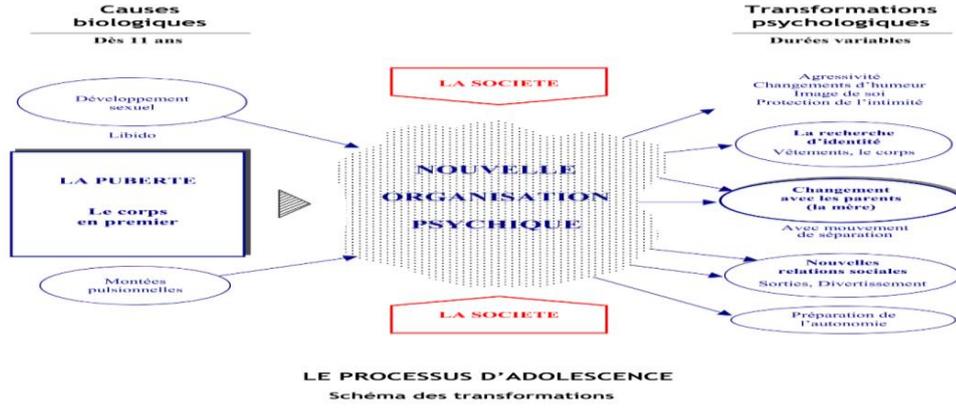
كما تكشف الملاحظات العلمية المستقاة من المعيشة اليومية لمراهقي المجتمع الجزائري ميولهم إلى الاحتكاك بعالم الشاشات الرقمية والوسائط المحمولة والذكية خلال السنوات الأخيرة أكثر من أي وقت مضى، ولكون مرحلة المراهقة كما عرفها موروكس 1962 بأنها: "الفترة التي يكسرها المراهق شرنقة الطفولة ليخرج إلى العالم الخارجي ويبدأ في التفاعل معه والاندماج فيه" وأيضا عرفها عبد الرحمن العيسوي بقوله: "إنها سن النضج العقلي و الانفعالي و الاجتماعي و تصل إليها الفتاة قبل الفتى بنحو عامين". (الزعي، 2010، صفحة 15) يبرز العالم الافتراضي وفضاءاته الرقمية كأحد المتغيرات التي يفتح عليها المراهقين في الوقت الراهن ويسعون للتفاعل مع أدواته التكنولوجية ومنصاته التفاعلية والاندماج فيه من خلال أليات التملك التكنولوجي والحضور والاستخدام الرقمي عبر منصات العالم الرقمي .

واستنادا لأدبيات البحث في مجال العلوم السيكو-سوسولوجية والأنثروبولوجيا، تبدو المراهقة كمنشأة اجتماعية وابتكار للمجتمعات الغربية في القرن التاسع عشر، وكظاهرة حضارية تعتمد على السياق الاجتماعي والثقافي الذي تتطور فيه. أما في التنظيم الاجتماعي والأسري التقليدي الجزائري، وقبل سنوات

ماضية لا يوجد مجال لهذه التجربة المسماة "المراهقة" فبمجرد أن يصبح الطفل القاصر قادرا على الإنجاب ، كان متزوجا و مستعدا لمواجهة وضع جديد ، وأدوار اجتماعية ومسؤوليات جديدة، وهو ما أكده سالم السالمي ،قائلا أن "في البيئة المغاربية التقليدية ، يمثل سن البلوغ بداية التكليف (التزام ديني) ويتم فرض عدد معين من الاعتقادات على المراهق وإدخاله في العالم المقنن للبالغين" (Salmi Salim, 1997) . أما حسب ما تشير إليه خديجة مقدم يعتمد دستور هوية المراهق أكثر فأكثر على النماذج الخارجية ، بينما يدمج ، ربما أكثر عمقا من ذي قبل ، حيث يكون جزءا محددًا لكل من الوالدين ، خاصة الأبوين من نفس الجنس. وبالتالي ، فإن مرحلة المراهقة هي الفترة التي تتشكل فيها الظروف النفسية لاختيار كائن الحب. إن الحياة الثقافية والاجتماعية للمراهق تأتي لتكوين شخصيته بحيث يعبر عن دوافعه وفقا لمعايير هذه الحياة في المجتمع وليس في الحالة الخام.(Khedidja MOKEDDEM, 2014) غير انه وفي ظل فالتغيرات الهائلة التي طالت جميع المستويات عبر البنيات المجتمعية المختلفة ومنها المجتمع الجزائري على غرار: إعادة تعريف هيكل الأسرة والنماذج التوضيحية التي تتكشف هناك ، وتغير الوضع والأدوار الأنثوية والذكورة عن طريق خروج النساء من أجل العمل الخارجي ، وتعليم المرأة أهمية متزايدة ، "تطور الفضاء المنزلي" ظهور الفرد المواطن الذي يتفاعل أكثر وأكثر مع القانون و الدولة تولد انقطاعا بين الأجيال وانتقالا للأجيال يتناقص بشكل متزايد. فبالرغم مما تؤكد الدراسات النفسية من أن المراهق يحتاج إلى بيئة متوازنة ومستقرة حتى ينمو شعوره بهوية متكاملة لأنه في مرحلة عمرية متميزة وحساسة مملوءة بالصراعات الداخلية والخارجية مما يؤدي به إلى التوجه إلى المحيط الاجتماعي والثقافي لتقمص صور جديدة تتماشى ومتطلباته وتوقعاته وانتظاراته في مثل هذا السن. حسب ما ذهب اليه محمد نجيب نيني، عندما تساءل هل المحيط الاجتماعي الجزائري باستطاعته في الوقت الراهن أن يوفر للمراهق الإطار البيئي الاجتماعي المتوازن والخالي من الصراعات حتى لا تتخلل هويته ؟ (Mohamed-Nadjib NINI, 2003) من جهتنا نتساءل : هل إطار البيئة الرقمية الجديدة إطارا صالحا للنمو المتوازن للمراهق والمحافظ على هويته خلال هذا الانتقال العمري الحساس ؟ في اعتقادنا الإجابة عن هذا التساؤل تستلزم فحصا دقيقا لعوامل البيئة الرقمية الجديدة المحيطة اجتماعيا بالمراهق - الجزائري أنموذجا- في الوقت الحالي وتشمل المستحدثات التكنولوجية الرقمية، التي تمنح خيارات الاستخدام الرقمي لتطبيقاتها الشبكية عبر منظومة وسائطية مكيفة تتسم بخصائص تقنية فائقة الجودة والدقة على غرار الهواتف المحمولة الذكية ، اللوحات اللمسية وغيرها من المستحدثات والوسائط الاتصالية الرقمية ، وعبر منظومة التطبيقات الرقمية التي تتميز بقدر كبير من المرونة والفاعلية في توجيهه وتسهيل مختلف الأنشطة الحياتية وعبر مجالات متعددة قد يصعب في غالب الأحيان الإحاطة بكل تطبيقات المجالات الموجودة والمتوفرة والمعروضة امام المستخدمين - المراهقين - وذلك في ظل التحديث المستمر لهذه التطبيقات والمنافسة في التصميم والإبداع في هذا المجال من طرف القائمين عليه من المختصين بالمجالات التكنولوجية والتسويقية وغيرها . كما يمكن النظر إلى منظومة التطبيقات الرقمية كجزء هام من المستحدثات التكنولوجية التي تم ولوجها إلى العوالم الواقعية للأفراد والجماعات - المراهقين أنموذجا- سيما وان هذه المنصات الرقمية تؤسس لبيئة إعلامية جديدة افتراضية، تضمن العديد من المزايا التي تحاكي متطلبات الفرد في البيئة الواقعية بكل أبعادها الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية و أخرى . وبالنظر إلى الخصائص النفسية التي يتسم بها المراهقين خلال هذه العمرية على غرار الرغبة في التجديد وحب الابتكارات والخروج عن المألوف اجتماعيا ، يتنامى تدريجيا هذا الشعور بالرغبة في التفرد والتحديث لنمط وأسلوب التفكير والعيش . وفي الكثير من الأحيان قد تكون التكنولوجيات الحديثة المستقطب الأبرز لاهتمام المراهقين وتطلعاتهم الشخصية، إذ تبرز معه مشاعر ورغبات التملك التكنولوجي للوسائط التكنولوجية ، الفضول

للإبحار الشبكي عبر الانترنت وفي بعض الاحيان خوض غمار العالم الشبكي وتطبيقاته الرقمية . لتحقيق الاشباع والتحقيق لبعض الرغبات المكنونة لدى المراهقين لكون شكل المراهقة تتغير حسب الظروف والعوامل المؤثرة فيه. سيما وان مرحلة المراهقة سيرورة تتركز على مجموعة من الاعتبارات النفسية والاجتماعية أهمها البحث عن الهوية - تحديد الهوية – LA RECHERCHE DE SON IDENTITE ، LES NOUVELLES RELATIONS SOCIALES : والتي يلخصها مخطط التحولات خلال سيرورة مرحلة المراهقة كالتالي:

الشكل 1: مخطط التحولات خلال سيرورة مرحلة المراهقة



SOURCE : OBSERVATOIRE EPA , 2016

ثالثا: دوافع الاستخدام التفاعلي للتطبيقات الرقمية في الحياة اليومية لدى المراهقين

إن التغيرات التي تحدث في مرحلة المراهقة تصحبها تغيرات في حاجات المراهقين، فتبدوا في بعض الأحيان هذه الحاجات قريبة من حاجات الراشدين، إلا أن علماء الاجتماع يجدون فروقا واضحة، خاصة في مرحلة المراهقة . خلال هذه الفترة العمرية الانتقالية تصدر قائمة الحاجات مجموعة من الحاجات الخاصة والتي تتوافق ومتطلبات النفسية والجسمية والاجتماعية في هذه المرحلة وكذلك اهتمامات المراهق: الجسدية، الاجتماعية والشخصية ورغباته التي تتلاءم مع نضجه الجنسي. ولا شك أن حاجات المراهق الجسدية والاجتماعية والشخصية لا تختلف في طبيعتها عن حاجات الآخرين من ذوي الأعمار المختلفة. غير أن شدة بعض هذه الحاجات تختلف في مرحلة المراهقة عن مراحل حياته التالية.

من جهة أخرى نجد ان النمو الهائل في استخدام الانترنت جعل الباحثين في مجال الاستخدامات والإشباعات يزيدون من اهتماماتهم، والتحول من كيف يستخدم الأفراد الانترنت إلى دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا الوسيط الاتصالي ومنصاته التفاعلية الرقمية . وقد أكد Rosengren & Windahl، أن نموذج الاستخدامات والإشباعات يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال ويبني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلاً عن أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته. ولتحديد استخدامات الوسائل التكنولوجية الحديثة، فإن كثير من الدراسات السابقة تحققت من الافتراض بوجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة، ولتجديد دوافع الاستخدام. وأن الناس يستخدمون الكمبيوتر لإشباع ما يلي (Windahl, S,1972 & Rosengren, k,E):

أ- الحاجات الشخصية على سبيل المثال السيطرة، الاسترخاء، السعادة والهروب.
ب- الحاجات التي يمكن إشباعها تقليدياً من الوسيلة مثل التفاعل الاجتماعي وتمضية الوقت والعادة واكتساب المعلومات والتسلية.

وبناء على هذا المدخل، بوصفه مدخلاً إحصائياً سيكولوجياً، فقد افترض وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية، تدفعه لاستخدام الميديا الجديدة كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته، وتطبيقاً على ذلك فإن مستخدمي الميديا الجديدة وتطبيقاتها الرقمية أكثر نشاط ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي، وبالتالي فإننا نتوقع أن يتخذ الفرد- المراهق- قراره في الاستخدام عن وعي كامل بحاجاته التي يريد إشباعها.

واستناداً للنظرة الكلاسيكية لمفهوم الاتصال كما يبينه التعريف التالي: "الاتصال هو العملية التي ينقل من خلالها الفرد أم الجماعة "المُرسل، المرسلون" بعض الرسائل من أجل التأثير على سلوك أفراد أم جماعات أخرى "المتلقي، المتلقون" وتغييره حسب رغبة محددة". (فضيل دليو، 2003) ويرى "فيليب بروتون" أننا أصبحنا "نتحدث اليوم عن الاتصال إلى درجة أنه أصبح فعلاً اليوم يشكل إيديولوجية جديدة؟ (Breton Philippe، 1992) ...لكن أولاً وقبل كل شيء : عن ماذا نكون نتحدث حين نستعمل كلمة اتصال؟ . كما يقول "جورج هيربرت ميد": " أن المبدأ الأساسي في أي تجمع إنساني اجتماعي هو الاتصال والذي يقتضي المشاركة مع الآخر"، الأمر الذي يتطلب أن يظهر الآخر في الأنا وأن يتمثل الأنا في الآخر، وبأن نصبح واعين بالأنا. إذ تبدو مرحلة المراهقة من أكثر المراحل العمرية ارتباطاً بقضية الأنا والهوية وخاصة في ظل التنامي المتزايد لظواهر العالم الافتراضي وأثار التواجد الرقمي عبر المنصات الشبكية والتفاعلية والتي ارتبطت بحاجات المراهق في البيئة الرقمية الافتراضية مقابل البيئة الاجتماعية والأسرية والثقافية الحقيقية. حسب ما تفسره إلزا غودار ان الثورة الرقمية قد أحدثت تشويشاً على مضمون الأنا وقد أفرزت لنا إنساناً عرضي يتميز بتعددية الأنا. وعليه فإنه من الجدير بنا التساؤل عن هل الأنا الافتراضية المتمخضة عن الاستخدام الرقمي لتطبيقات الواقع الافتراضي - السلفي أنموذجاً - هي انا رقمية؟ ففي ظل التأليف والتوليف بين الأنا الواقعية والذات الافتراضية أصبحنا نمتلك إمكانية لمس الأنا الداخلية انطلاقاً من التقاطنا لصورة سلفي وتغيير ملامحها وفق تطبيقات رقمية شديدة تجعلنا نمسك بالذات الرقمية التي أنتجت تفاعلية الفرد المستخدم مع المعطى التكنولوجي الرقمي . (إلزا غودار، 2019) كما يبدو من الضروري أيضاً التساؤل عن طبيعة الاستخدام الرقمي وعلاقته بذات المراهق و هل هذا الاستخدام نابع عن نظرة المراهق للذات وفق الطرحين المتعلقين إما بالمراهق : المتقبل للذات : منذ الصغر متقبل ذاته، مجابهة الحياة (سلب و ايجاب)، شعور بالحرية يستخدم طاقاته، يبني إحساسه دون ندم، إنسان عفوي، ينسجم مع الوسط، الجرأة، يمكن تحديد نقاط الضعف. أو الرفض للذات: نقيض المتقبل، غير مرتاح لنفسه، يلومها، لا يقيمها حتى أنه يكرهها، ويبدو هذا التقليل من قيمة ما يحققه من نجاح، وعدم الثقة بالآخرين، وأكثر اهتماماً بالحفاظ على شعورهم.

كما يتحدد فعل الاستخدام عموماً تبعاً للميول النفسية لدى المراهق الذي يتميز بخصوصية شديدة لميولاته خلال هذه المرحلة العمرية الحاسمة . وتختلف باختلاف أنماط الشخصية وسماتها وتشمل الميول العقلية، الدينية، الاجتماعية، الفنية، و تتضح هذه الميول في مرحلة المراهقة فيميل في البواكير للألعاب الرياضية، ثم الأدبية، و فنية و موسيقية... الخ. ووفقاً لنظرية الإشباع والاستخدامات ترتبط دوافع الاستخدام و التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساساً في : حاجات معرفية ؛ أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام، و حاجات عاطفية كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح، و حاجات اجتماعية، وحاجات تحقيق الذات، والحاجة إلى الترفيه يضاف إليها الحاجة الهروبية كالحاجة إلى

إزالة التوتر، ويقسمها روبن(Robin)إلى فئتين هما : - الدوافع الوظيفية (النفعية) : تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، و لوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة - الدوافع الطقوسية: وتستهدف تمضية الوقت، والتنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات. بناء على الميولات والحاجات النفسية خلال مرحلة المراهقة وفي ظل فرص النفاذ التكنولوجي والرقمي امام جموع المستخدمين المراهقين تبرز خيارات الاستخدام الرقمي للميديا الجديدة وتطبيقاتها الرقمية المتعددة عبر المتاجر الرقمية المستحدثة منذ العام 2008. إذ يعتبر المتجر الرقمي البلاي ستورمثلا عبر الأجهزة الحاسوبية الذكية نافذة المستخدم نحو عالم رقمي يضم عدد لا حصر له من التطبيقات الرقمية التي تم تصميمها وفق ضوابط تكفل خصوصية المستخدمين لها وفقا لاعتبارات النوع الاجتماعي والفئة العمرية والميول والهوايات وكذا الاهتمامات الثقافية والاجتماعية والتعليمية والصحية وغيرها. ويمكن أن نوصف المتجر الرقمي على غرار البلاي ستور بأنه عبارة عن تطبيق، يأخذ فكرة السوق فهو يعرض التطبيقات وتقوم أنتم بتحميل ما توّد من التطبيقات المعروضة، هذا السوق الافتراضي أصبح ذا أهمية كبيرة لدى مالكي الهواتف الذكية، فهو المصدر الأساسي والرئيسي لمعرفة أحدث التطبيقات وأكثرها استخداماً، ناهيك عن العديد من المميزات والكثير من المتعة التي يحملها هذا السوق. تتوزع التطبيقات الرقمية عبر الأجهزة المحمولة الذكية المتنوعة والمتعددة تعدد المجالات الحياتية والاهتمامات الفردية والجماعية والمؤسسية عبر ثماني فئات رئيسية وهي : تطبيقات التصوير ، تطبيقات العائلة ، تطبيقات الموسيقى ، تطبيقات الترفيه، تطبيقات التسوق ، تطبيقات الشخصية . تطبيقات الشبكات الاجتماعية ، تطبيقات التواصل . وتتفرع عن هذه الفئات الرئيسية تطبيقات فرعية اخرى يبلغ خاليا وفق التحديث الحالي عبر اجهزة الهواتف المحمولة الذكية ستة وثلاثون تطبيقا رقميا ويتعلق الامر بالتطبيقات التالية : تطبيقات الاخبار والمجلات، تطبيقات التصوير، تطبيقات التعليم ، تطبيقات الترفيه ، تطبيقات الفن والتصميم ، تطبيقات التواصل ، تطبيقات عالم السيارات والمركبات، تطبيقات الجمال، تطبيقات المطبخ والمشروبات تطبيقات الرسوم المتحركة تطبيقات العائلة ،تطبيقات غوغل كاست ،تطبيقات المالية، تطبيقات الالعاب ،تطبيقات انماط الحياة ، تطبيقات الطب تطبيقات الموسيقى والتسجيلات الصوتية تطبيقات الأباء تطبيقات التصوير تطبيقات الانتاجية تطبيقات التعارف تطبيقات الصحة وبعث النشاط تطبيقات الجماعية والتذاكر تطبيقات السفر والاعخبار المحلية تطبيقات الفن والتصميم تطبيقات البي دي تطبيقات التواصل تطبيقات المتنوعة تطبيقات التعليم تطبيقات التمويل تطبيقات السكن والديكور تطبيقات قراء ومركبي الفيديوهات تطبيقات الكتب والمراجع تطبيقات الاحوال الجوية تطبيقات الوسائل تطبيقات تشخيص تطبيقات الخطط والابحار تطبيقات المهنية تطبيقات التسوق تطبيقات الرياضة تطبيقات الوير اوس من غوغل . وتستند السياسة الترويجية لتطبيقات الرقمية عبر المتاجر الرقمية للوسائط المحمولة والذكية المتعددة على خاصيتين وهما : اولا ،خاصية العرض والاستخدام المجاني ، وثانيا خاصية العرض مقابل ثمن . في ظل هذه الخصائص التكنولوجية والخيارات المتاحة امام المستخدمين المراهقين تزداد عوامل الانجذاب والانغماس ضمن عوالم هذه المتاجر التي توفر خيارات وبدائل لتطبيقات رقمية تصلح للاستخدام في كل المجالات الحياتية وتلبية مختلف الحاجات النفسية والاجتماعية والتعليمية والترفيهية وأخرى . كل هذه المزاياء تصب في إطار تعزيز سياسة الاستخدام الرقمي لها من جهة ودعم مبدأ التفاعلية الرقمية أكثر من أي وقت مضي كانت هذه الأخيرة تلخصها فكرة التبادلية بين المرسل والمستقبل في الأدوار خلال العملية الاتصالية .

ووفقاً للعلماء والمختصون في الدراسات الإعلامية والاتصالية فإن الإشباعات تنقسم على النحو التالي: إشباعات المحتوى: ترتبط إشباعات المحتوى بالمحتوى الذي تقدمه الوسيلة الإعلامية، وتنقسم إشباعات المحتوى إلى قسمين، حيث يُعد النوع الأول إشباعات توجيهية، تتمثل في مراقبة البيئة المحيطة بالفرد

والحصول على المعلومات، بينما يُعد النوع الثاني إشباعات اجتماعية، تتمثل في ربط المتلقي للمعلومات التي يحصل عليها بعلاقاته الاجتماعية إشباعات العملية: ترتبط إشباعات العملية بالوسيلة الإعلامية ذاتها، وتنقسم إلى إشباعات شبه توجيهية مثل الحد من الخوف والقلق، وتعزيز الشعور بالذات والدفاع عنها، أما النوع الثاني فهو إشباعات شبه اجتماعية، حيث وتتمثل بزيادة علاقة الفرد المتلقي بالشخصيات الإعلامية، وترتبط ارتباطاً وثيقاً لضعف العلاقات الاجتماعية لدى الأفراد، حيث تزداد عزلتهم غالباً.

وتؤكد الدراسات والأبحاث تعدد الإشباعات المحققة من استخدام تطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين سيما وأنه في حالة عدم إشباع الحاجات خلال مرحلة المراهقة قد يترتب عنها مشكلات عديدة خلال حياة الفرد عموماً. غير أن هذه الإشباعات المحققة والتي تؤكد نتائج الدراسات والبحوث الأكاديمية العربية والغربية وعلى اختلافها لا تلغي حقيقة ظهور مشاكل جديدة افرزتها أليات الاستخدام والتفاعل الرقمي عبر منصات الميديا الجديدة على غرار الهوس بالعالم الرقمي، الإدمان الإلكتروني، التنمر عبر الانترنت،... وأخرى أصبحت تهدد الاستقرار النفسي لمراهقي المجتمع الجزائري على غرار المجتمعات الأخرى.

باختصار مفيد لأن ظهور الافتراضية كذيف بالمجتمع إلى مرحلة انتقالية شبيهة بأزمة مراهقة مجتمعية حيث يلتقيان وفق ما شرحته إلزا غودار عند تقاطعات التردد والشك والبحث من اجل بناء الذات وتطويرها مروراً بالتشكيك في التعاليم المتلقاة من المحيط الاجتماعي من جهة ويكونهما مرحلتين انتقالتين لا يمكن ان تطول بالرغم من التحولات الجذرية التي تقود الذات إلى اكتشاف نفسها. غير ان إبدالات الثورة الرقمية قد تهوي بالذوات -المستخدمين المراهقين مثلاً - نحو حالة الأزمة الهوياتية .

ال. خاتمة:

من خلال ما تم عرضه خلال هذه الدراسة يتضح لنا أنه لا مفر لمراهقي المجتمع الجزائري على غرار المجتمعات الأخرى من الوصول إلى تطبيقات الميديا الجديدة في ظل ما تفرضه سياسات التحول الرقمي للمجتمعات وحتميات مواكبة العصر الرقمي وتجديداته سيما من طرف الأفراد المراهقين بوصفهم جيلا رقميا تزامنت نشأتهم ومستحدثات البيئة التكنولوجية الرقمية والذين يجدون انفسهم امام خيارات لا حصر لها للتفاعل مع تطبيقات الميديا الجديدة وفق دوافع تتحكم بها ميولاتهم النفسية وحاجاتهم المتعددة من اجل تحقيق الإشباع المرجو خلال هذه المرحلة العمرية الحاسمة بالنسبة لهم .

وهذا وجب على أولياء الأمور الذين أسهموا في تعزيز الوصول التكنولوجي والنفاز الرقمي لمراهقيهم من مرافقتهم خلال استخداماتهم التفاعلية نظرا لما قد يترتب عنه من مشكلات عويصة قد يدوم أثرها مستقبلا.

الإحالات والمراجع:

-المراجع باللغة العربية

- بالهامل مفيدة، الإعلام الجديد: مصطلحات، مفاهيم ونماذج، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، 2014، ص ص 04-21.
- رضا نوال، إخراج البرامج التفاعلية في الإذاعة الرقمية - إذاعة جيجل أنموذجاً- مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باتنة 1، باتنة، 2012، ص 81 .
- زاهر ضياء الدين، اللغة ومستقبل الهوية: التعليم نموذجا، (الإسكندرية: مكتبة الإسكندرية، 2017)، ص 65.
- الزرن جمال، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مركز الجزيرة للدراسات، 2017 <https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/03/170327082425295.html> (consulté le 2021/03/22).

- الزعبي أحمد محمد، سيكولوجية المراهقة: النظريات جوانب النمو، المشكلات وسبل علاجها، (عمان: دار زهران للنشر، 2010)، ص 52 .
- عباس صادق مصطفي ، الإعلام الجديد : المفاهيم والوسائل والتطبيقات، (عمان: دار الشروق، 2008)، ص . عيساني رحيمة ، الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، الباحث الإعلامي ، العدد 20 ، 2013 ، ص ص 50-67.
- غودار إلزا ، ترجمة بنكراد سعيد ، أنا أوسيلفي إذن أنا موجود: تحولات الأنا في العصر الافتراضي (الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، 2019)، ص 108 .
- فضيل دليبو و آخرون: الاتصال في المؤسسة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2003. ص 08.
- هوارى نصيرة، السياق الاتصالي لجمهور الانترنت في الجزائر: محاولة تحليل بمقاربة: البناءات الذهنية الفردية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر III. الجزائر العاصمة ، 2011، ص 78 .

-المراجع باللغة الأجنبية-

- BRETON Philippe «une idéologie alternative »revue cinéma action n°63, Edition Corlet Téléramat, France, 1992.p 228.
- CHAMBAT Pierre, Usages des TIC : Evolution des problématiques «Technologie de l'information et société, vol. 6, n° 3,1994, pp. 249-270
- Définitions-web marketing <https://www.definitionsmarketing.com/definition/webmarketing/#:~:text=Le%20webmarketing%20peut%20%C3%AAtre%20d%C3%A9fini,propres%20et%20de%20forts%20particularismes.> . (Consulté le 20/03/2021).
- Hootsuite, 2021 <https://www.hootsuite.com/fr/ressources/digital-trends>. (Consulté le 13/02/2021).
- JOUËT Josiane « Retour critique sur la sociologie des usages: Communiquer à l'ère des réseaux, Réseaux vol. 18, n° 100, 2000, pp.487-521.
- MOKEDDEM Khedidja «Les représentations de la vie à deux chez les adolescents marginaux »Les cahiers du Crasc, n° 29, 2014, p24 .
- NINI Mohamed-Nadjib « Contribution à l'étude des structures identitaires chez l'adolescent algérien à travers le test genèse des perceptions de soi de René l'Ecuyer »revue sciences humaines, n°19, juin 2003, pp.13-28.
- Oxford 2013, Oxford University Press <https://global.oup.com/ukhe/lawresources/goodwill/lawteacher/archive/ltoty13/?cc=gb&lang=en> (consulté le 02/01/2021).
- ROSENGREN, k, E & «WINDAHL, S “(.Mass Media Consumptions as a Functional Alternative ,” In McQueil (Ed) Sociology of Mass Communications, UK. Penguin, 1972, pp. 135 – 165.
- SALMI Salim «Adolescence algérienne : À propos d'une pseudo-spécificité , in colloque Adolescence Maghrébine entre rupture et soumission, organisé par L'APPE »Paris,1997.