مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية و الاتصالية

0502-Issn : 2353 6863-Eissn :2600

المجلد12 / العـدد01/2024 ، ص: 99- 137

الإنتقال القيمي اللاواعي (UVT) : مسعى نظري إستكشافي

The Unconscious Value Transition: An Exploratory Theoretical Endeavor

عادل شيهب*

جامعة جيجل (الجزائر)، jijel.dz-adel@univ-chiheb

تاريخ الاستلام: .08./.01./2024 تاريخ القبول:04./../2024/03 تاريخ النشر: 2024/03/.30

ملخص: يعتبر الإنتقال القيمي اللاواعي*The Unconscious Value Transition* مقترحا نظريًا جديدًا يتعمق في التفاعل المعقد بين العقل اللاواعي، القيم والمعتقدات، نماذج الأدوار والوسائط الإعلامية الجديدة في تشكيل أنظمة قيم ومعتقدات الأفراد. في عصر يتميز بالتقدم التكنولوجي السريع والاتصال الرقمي الواسع النطاق، إذ تقدم *UVTT* صورة شاملة يمكن من خلالها فهم كيفية تطور وتغير القيم وانتقالها بصورة متدرجة أو فجائية عند فئات مجتمعيةمعينة، غالبًا بدون وعي. وعليه يهدف هذا المقترح النظري إلى استكشاف المفاهيم والإفتراضات الرئيسية لـ *UVTT* ودمج النظريات ذات الصلة لإلقاء الضوء على ديناميكيات إنتقالات القيم اللاواعية لدى الأفراد في العصر الرقمي.

كلمات مفتاحية: الانتقال القيمي،العقل اللاواعي، القدوة التقليدية، القدوة الحديثة، المعتقد، التنشئة البديلة، الوسائط الاعلامية الجديدة.

Abstract: The Unconscious Value Transition Theory (UVTT) introduces a novel theoretical framework that delves into the intricate interplay among the unconscious mind, values, beliefs, role models, and new media, elucidating their combined influence on shaping individual value systems. In the current era marked by rapid technological advancements and extensive digital communication, UVTT provides a comprehensive perspective for comprehending the gradual or sudden evolution and transformation of values, often occurring imperceptibly among individuals. This theoretical proposal aims to delve into the fundamental concepts and assumptions of UVTT while integrating pertinent theories to underscore the dynamics of unconscious value transmission in the digital age.

Keywords: Value Transition, Unconscious Mind, Traditional Role Model, Modern Role Model, Belief, Alternative Socialisation, New Media.

* **المؤلف المرسل:** عادل شيهب

عادل شهيب

مقدمة:

المعروف عبر التاريخ الاجتماعي والثقافي للمجتمعات أن عملية الإنتقال القيمي فيها يكون تدريجيا وعقلانيا من أجل الوصول إلى استبدال قيم بأخرى، إذا أنه لا تحدث القطيعة مع القيم القديمة في أي مجتمع بصورة مفاجئة (**Brutal Rupture**) فهي تبقى مستمرة من جيل إلى أخر ولو بصورة شكلية بعد أن تحل محلها قيم جديدة في إطار عميلة التغير الاجتماعي والثقافي للمجتمعات.

غير أن الإنتقال القيمي اللاوعي لبعض الفئات المجتمعية (أفراد أو جماعات)* في العصر الرقمي، لا تحتفظ بهذه الصورة ولو الشكلية منها لعملية إنتقال القيم في السابق أو قديما، كما أن إنتقال القيم لديها لم يمر بمرحلة وعملية استبدال القيم بالطريقة التي يتم فيها الإنتقال من القيم القديمة والتوجه نحو الجديدة منها، كما التي مر بها الأفراد والجماعات وحتى المجتمعات السابقة له*. فنجد مثلا بعض الشباب من هذا الجيل ما عَرِفَ ولا خبِرَ قيم الأجيال السابقة (دون تجربتها وإختبارها)، إلا أنه يحكم عليها بالفشل أو عدم ملائمتها له، ذلك أنه وجد نفسه أمام قيم بديلة جاهزة ومتعددة* يتم التسويق لها عبر وسائط الإعلام الجديدة خارج دائرة مجتمع الإنتماء، وإنما في ظل مجتمعات الإنتماء الإفتراضية التي غالبا لا تخضع للمعايير القيمية التي تحكم وتضبط المجتمع الفعلي. كما أنها أصبحت معيارا للمقارنة بين القيم والمعتقدات المتاحة في بيئة الانتماء الفعلية وبين ما توفره مجتمعات الأقران الإفتراضية الرقمية من قيم ومعتقدات. هذا من جهة، ومن جهة أخرى ضعف أو غياب القدوة الاجتماعية التي توجهه وترشده نحو قيم ومعتقدات مجتمع الإنتماء، بالإضافة إلى مرونة بعد القدوات الإجتماعية نظرا لجهلها بأدوارها ووظائفها*، أو نظرا لضعفها وفقدانها لسلطتها الاجتماعية، الثقافية وحتى

---

* هنا وجب أن نشير إلى أن هذه المحاولة التنظرية ترتكز في تطبيقها الأولي على فئة الأطفال والشباب المراهقين ممن يفتقدون إلى قدوة اجتماعية تقليدية في محيطهم أو بيئتهم الاجتماعية الواقعية، وغيابها في بيئتهم الإفتراضية التي تمثل حياتهم الجديدة، على أن يتم تعميمها على بقيةالفئات المجتمعية الاخرى .

* عملية الإنتقال القيمي قديما كانت تمر بالمراحل الثلاث لعملية الإنتقال، وهي مراحل واعية؛ أي أن الافراد في عملية استبدالهم للقيم القديمة بالجديدة تكون عملية واعية تخضع للتجريب والاختبار، ومن ثم للتعديل والتكييف وأخيرا الاستبدال والاستعاب للقيم الجديدة.

* قيم لا تعترف بحدود الزمان والمكان، قيم غير ثابتة ومتعدد الهويات الثقافية.

* جهل العديد من الازواج (زوج، زوجة) بمسؤولياتهم الزوجية المرتبطة أساسا بالتنشئة الاجتماعية.

الدينية*، ما لا يجعلها مركز إهتمام، إعجاب، تقليد أو طموح وحتى الإيمان بها كقدوة إجتماعية.

وعليه تسعى نظرية UVT إلى فهم ديناميكيات تكوين القيم والمعتقدات، ومدى تأثير نماذج الأدوار الجديدة (المؤثرين وصانعي المحتوى وغيرهم) عبر وسائط الإعلام الجديدة على الأفراد والجماعات. من خلال إستكشاف التحولات الكلية أو الجزئية في القيم والمعتقدات التي تحدث، والتي يساهم في تحديدها العقل اللاواعي أثناء عملية الإنتقال من الأنظمة القيمية الاجتماعية التقليدية إلى الأنظمة القيمية البديلة في عصر تسيطر فيه الوسائط الإعلامية الرقمية.

أولا: المساهمات الفكرية في تأسيس نظرية الإنتقال القيمي اللاواعي: تستند نظرية UVT على مجموعة من النظريات في حقول معرفية متعددة منها علم النفس، علوم الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع. وقد تم الإعتماد عليها في التأسيس المعرفي لنظرية TUV.

1-1- نظرية الفكر اللاواعي: of Unconscious Thought Theory

نظرية الفكر اللاواعي، التي اقترحها **ألبرت جان ديكسترهويس و لوران نوردغرين *Albert Jan Dijksterhuis and Loran F. Nordgren***، تفترض أن العقل اللاواعي يمكنه معالجة المعلومات واتخاذ قرارات معقدة بشكل أكثر فاعلية من العقل الواعي (A. N. Dijksterhuis, Loran F, 2006). هذه النظرية ذات صلة بـ UVTT لأنها تلقي الضوء على دور العقل اللاواعي في انتقالات القيم وتشكيل المعتقدات، خاصة أثناء التعرض لوسائل الإعلام الجديدة من خلال صفحات المؤثرين وصانعي المحتوى الرقمي، كنماذج أو قدوة إجتماعية جديد. وذلك من خلال العناصر الرئيسية التالية:

1-1-1- المعالجة اللاواعية للمعلومات: تستند UVT ، إلى نظرية الفكر اللاواعي في فهم كيف يمكن أن يخضع الأفراد لتحولات في القيم والمعتقدات، واعتماد قيم ومعتقدات جديدة دون وعي منهم (Bargh, 2008). بحيث يعالج العقل اللاواعي* كميات هائلة من المعلومات في وقت واحد، وهذا يشمل استيعاب وتقييم القيم والأفكار والرسائل القيمية الثقافية المنقولة من خلال المؤثرين وصانعي المحتوى الرقمي وغيرهم عبر وسائط الإعلام

* مثلا أصبح العديد من الأئمة يؤدون وظيفة إقامة الشعائر الدينية لا غير (الصلاة)، وتخلوا عن دورهم كموجه ومرشد خارج حدود المسجد، ما أضعفهم كقدوة اجتماعية تقليدية تحافظ على قيم ومعتقدات المجتمع وثوابته الدينو-ثقافية.

* بمعنى أن القيم الجديدة المكتسبة لم يتم معالجتها بالعمليات العقلية الاساسية كالتحليل والاستنتاج أو التفكيك والتركيب مثلا، بل تم معالجتها عن طريق العمليات اللاواعية مثل العواطف المرتبطة اساسا بالحب، الحزن والاعجاب...الخ.

الجديدة. فعند تعرض الأفراد لمعلومات وتجارب جديدة، يتدخل العقل اللاواعي في دمج هذه المدخلات ومعالجتها، وقد تؤدي إلى تحولات في قيمهم ومعتقداتهم الأصلية.

1-1-2- الاستيعاب اللاواعي للأفكار الجديدة: تدرك **UVTT** أن الأفراد المعرضين لوسائط الإعلام الجديدة من خلال صفحات المؤثرين وصانعي المحتوى وغيرهم، أنهم يستوعبون دون وعي منهم القيم والمعتقدات المقدمة من طرف هذه المصادر كمحتوى للاستهلاك. وهنا تسلط نظرية الفكر اللاواعي الضوء على أن هذا الاستيعاب يمكن أن يحدث حتى عندما لا يهتم الأفراد بشكل فعال بالمعلومات المقدمة من هذه المصادر(Garrison, 2017). لان قدرة العقل اللاواعي تساهم في معالجة المعلومات ودمجها من أجل تبني أفكار جديدة بما في ذلك القيم والمعتقدات.

1-1-3- اتخاذ القرار دون وعي: تقترح نظرية الفكر اللاواعي أن صنع القرار المعقد يمكن أن يحدث دون الانتباه الواعي (A. B. Dijksterhuis, Maarten W. Nordgren, Loran F. Van Baaren, Rick B, 2006)هذه الفكرة ذات صلة بـ **UVTT** عند فحص كيفية حدوث انتقال القيم، لا سيما عند الاستجابة لتأثير الوسائط الجديدة ونماذج الأدوار الجديدة من مؤثرين وصانعي محتوى وغير ذلك . حيث قد يستوعب الأفراد دون وعي منهم قيم ومعتقدات معينة نتيجة التعرض لمحتوى المؤثرين وصانعي المحتوى عبر مختلف الوسائط الإعلامية الجديدة،ما يدفع بهم إلى إتخاذ قرار بالإنتقال من قيم المجتمع الفعلي إلى قيم المجموعات الافتراضية، ومنه إتخاذ القرار إلى التغيير في أنظمة القيم والمعتقدات الخاصة بهم دون عملية تفكير مدروسة وواعية.

1-1-4- تأثير عوامل العقل الباطن على تحولات القيم: تأخذ **UVTT** في الاعتبار تأثير عوامل اللاوعي، مثل العواطف، المواقف والتحيزات المعرفية في عملية الإنتقال القيمي . بالاستناد إلى نظرية الفكر اللاواعي يمكن شرح كيف يمكن أن تساهم عوامل اللاوعي في قبول أو رفض القيم والمعتقدات الجديدة(Winkielman, 2005). حيث يمكن للعواطف التي يثيرها محتوى رقمي في صفحة من صفحات أحد المؤثرين أو صانعي المحتوى، على سبيل المثال، أن تؤثر على كيفية اتصال الأفراد بقيم معينة على مستوى اللاوعي، مما يؤدي إلى انتقالات في القيم لا تكون مدفوعة دائمًا بالاحتكام إلى عمليات العقل الواعي.

1-1-5- التعلم الضمني وتحولات القيم: يمكن أن يلعب التعلم الضمني، وهو عملية تحدث بدون نية واعية مسبقة، دورًا في انتقالات القيم (Kihlstrom, 1987). وبهذا تقر **UVTT** بأن الأفراد يمكن أن يتعلموا ضمنيًا قيمًا ومعتقدات جديدة من خلال التعرض المتكرر لمحتوى الوسائط الإعلامية الجديدة والمقدمة من صفحات المؤثرين وصانعي المحتوى. وبهذا

تساهم نظرية الفكر اللاواعي في شرح كيف يساهم التعلم الضمني في تكوين سلسلة القيم الجديدة بمرور الوقت.

من خلال دمج نظرية الفكر اللاواعي في UVTT، يمكنك التأكيد على أهمية العقل اللاواعي في تشكيل انتقالات القيم وتشكيل المعتقدات، خاصة في سياق التعرض لوسائل الإعلام الجديدة. كما يعزز هذا التكامل الإطار النظري لـ UVTT ويوفر فهمًا أعمق لكيفية مساهمة العمليات اللاواعية في تغييرات القيمة واعتماد المعتقدات في المجتمع المعاصر .

2-1- نظرية الدور *The Role Theory*:

ساهم في تأسيسها العديد من المفكرين على غرار: **ماكس فيبر Weber Max، هانز كير Kirt Hans ، رايت مليز Mills Wright، تالكوت بارسنز Parsons Talkott، روبرت ماكيفرMaclver Robert، روبرت ميرتون R. Merton، إرفينج جوفمان E. Goffman، هيربرت ميد، H. Mead، وروبرت تيرنر R. Turner** وغيرهم كثير: تم تصميم نظرية الدور لشرح كيف من المتوقع أن يتصرف الأفراد الذين يشغلون مناصب اجتماعية معينة وكيف يتوقعون أن يتصرف الآخرون وفقا لمناصبهم. وتستند نظرية الدور على ملاحظة أن الناس يتصرفون بشكل متوقع وأن سلوك الفرد محدد بالسياق الذي ينتمون إليه، بناءً على وضعه وحالته الاجتماعية (Ritzer, 2007, p. 3959). تقدم هذه النظرية مساهمة في فهم تأثير الادوار التي تؤديها النماذج عبر الوسائط الإعلامية الجديدة على أنظمة القيم والمعتقدات وتشكيل الهويات اللاواعية فيUVTT . وذلك من خلال العناصر التالية:

1-2-1- **نماذج الدور ونقل القيم:** تؤكد UVTT ، بأن نماذج الأدوار تلعب دورًا مهمًا في تشكيل قيم ومعتقدات الأفراد. فالقدوة هم أفراد أو شخصيات تجسد سمات وقيم وسلوكيات معينة، وغالبًا ما ينظر إليها الآخرون كأمثلة لإتباعها (Biddle, 1986). وهنا في UVTT فهي تشمل المؤثرين وصانعي المحتوى وغيرهم من الشخصيات المؤثرة عبر وسائط الإعلام الجديد، وهم قد يكونوا آباء أو معلمين أو مشاهير أو قادة..الخ.

1-2-2- **التعريف والمحاكاة:*** تؤكد نظرية الدور على أن الأفراد يتعرفون ويحاكون السلوكيات والقيم التي تظهر من خلال قدوتهم . تؤدي عملية التعريف هذه إلى استيعاب

* - التعريف أو التحديد هو عملية نفسية يربط فيها الفرد نفسه بشخص آخر أو قدوة. أنها تنطوي على إدراك أوجه التشابه أو الخصائص المشتركة بينه وبين الشخصية محل الإعجاب. غالبًا ما يؤدي هذا الارتباط النفسي إلى الشعور بالألفة أو الصدى مع القدوة. أنظر (.B. (1973), The language of psychoanalysis. The Hogarth Press-Laplanche, J. and Pontalis, J.)

بعض القيم والمواقف والمعتقدات (Goode, 1960) .نظرًا لأن الأفراد يتعرضون لقدوتهم من خلال التفاعلات المباشرة أو التمثلات عبر الوسائط الإعلامية الجديدة، فقد يتبنون دون وعي قيمًا معينة ويدمجونها في أنظمة معتقداتهم الخاصة.

1-2-3- **التنشئة الاجتماعية وتعلم القيم:** تدرك **UVTT** أن عمليات التنشئة الاجتماعية، التي تتأثر بنظرية الدور تلعب دورًا مهمًا في نقل القيم (Vinik, 2013).فعندما يتفاعل الأفراد مع قدواتهم من خلال الوسائط الإعلامية الجديدة فإنهم يكتسبون الأعراف المجتمعية والقيم الأخلاقية والتوقعات الثقافية المتعددة والجديدة، والتي تصبح فيما بعد جزءًا من نظامهم القيمي الخاص، ويمكن أن يؤدي التبني اللاواعي لهذه القيم إلى انتقالات في القيم من القديمة إلى الجديدة منها أكثر من مرة.

1-2-4- **التأثير على الهوية والانتماء:** تساعد نظرية الدور على فهم كيف يمكن لنماذج الأدوار أن تؤثر ليس فقط على القيم الفردية ولكن أيضًا على الهويات الاجتماعية وتصورات الانتماء (Ritzer, 2007). تستكشف**UVTT** كيف يمكن لانتقال القيم اللاواعية المرتبطة بنماذج الأدوار أن تساهم في تكوين وتعزيز الهويات الاجتماعية لدى الأفراد أو لدى مجموعات محددة.

1-2-5- تأثير وسائل الإعلام ونمذجة الأدوار: تؤكد نظرية الدور على أهمية تأثير وسائل الإعلام في توفير الوصول إلى نماذج وقدوات يحتذى بها خارج الدوائر الاجتماعية المباشرة (Ritzer, 2007). ونظرًا لأن محتوى الوسائط يعرض نماذج وقدوات مختلفة في ظل تزايد عدد المؤثرين وصانعي المحتوى ومستخدمي الوسائط الإعلامية الجديدة، فإن**UVTT** تؤكد أن الأفراد يتعرضون لأنظمة قيم متنوعة ومتعددة في الغالب تؤدي إلى تحولات غير واعية في قيمهم، معتقداتهم ومواقفهم.

- المحاكاة تتضمن تقليد أو نمذجة سلوك الفرد أو تصرفاته أو مواقفه بعد تلك الخاصة بنموذج يحتذى به. إنه جهد واعي أو غير واعي لتكرار أو تبني الصفات أو السمات المتصورة للشخصية محل الإعجاب. أنظر (Zimmerman B. J., & Kitsantas A. (2002). Journal of Acquiring writing revision and self-regulatory skill through observation and emulation. Educational Psychology, 94, 660–668. doi:10.1037/0022-0663.94.4.660)

- على سبيل المثال، إذا كان الشخص يتعاطف مع أحد المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي الذي يروج للمثلية الجنسية ويحاكي دون وعي خيارات أسلوب حياته المعبرة عن المثلية الجنسية، فقد يؤدي ذلك إلى تحول في القيم التي يتبنى فيها الفرد تدريجيًا التزامًا أقوى بالتحول نحو المثلية الجنسية.

1-3- نظرية الحتمية القيمية في الإعلام: The Value Determinism Theory in Media

تقدم نظرية الحتمية القيمة في الإعلام (VDT)، التي طورها عبد الرحمن عزي Abderrahmane Azzi في أواخر الثمانينيات، منظورًا فريدًا لدور وسائل الإعلام في تشكيل القيم والمعايير الثقافية. حيث يؤكد صاحبها أن للإعلام تأثير حتمي على المجتمع وأن الإعلام هو الذي يشكل قيم ومعتقدات المجتمع . وتستند النظرية إلى فكرة أن الإعلام ليس محايدًا وأنه يحتوي على العديد من القيم التي من شأنها أن تؤثر على طريقة تفكير الناس وتصرفاتهم الفردية والجماعية داخل المجتمع (Azzi, 2021). يمكن أن يوفر دمج VDT في UVTT رؤى حول كيفية مساهمة الحتمية التي تحركها الوسائط في انتقالات القيم اللاواعية. وذلك بناءً على المعلومات المقدمة من VDT:

1-3-1- دمج القيم الثقافية والدينية: يمكن لـ UVTT دمج تركيز VDT على تأثير القيم الثقافية والدينية في الرسائل الإعلامية (Hamidou, 2022)، ونقلها إلى محتوى الرسائل في الوسائط الإعلامية الجديدة. يمكن لهذا التكامل أن يستكشف كيف تقوم وسائط الإعلام الجديدة بنقل وتعزيز قيم ومعتقدات ثقافية ودينية لجماعات وحتى مجتمعات معينة، خاصة منها التي تكون مختلفة في قيمها ومعتقداتها الثقافية والدينية عن ما تعرضه الشخصيات المؤثرة الجديدة لمتابعيها في محتواها الرقمي. ترى UVTT أن القيم الدينية والثقافية في محتوى وسائط الإعلام الجديدة لها وزن متساو في غرس القيم والمعتقدات لدى القدوات التقليدية فردية أو جماعية كانت في الواقع الفعلي لأتباعهم*، وهي قادرة على توجه تفسير الأوضاع التي يعيشها متابعيهم بشكل كبير، ما يؤثر على قراراتهم وخياراتهم القيمية والمعتقدية. كما تدرك UVTT أنه غالبًا ما تقدم التعاليم الدينية قواعد أخلاقية تحدد ما يعتبره المتابعين صوابًا أو خطأً، جيدًا أو سيئًا. لذلك، يمكن لهذه المبادئ والقيم التوجيهية التي يتضمنها محتوى الشخصيات المؤثرة عبر الوسائط الإعلامية الجديدة أن توجه بشكل أساسي تصرفات المتابعين وتحدد ردات أفعالهم وقرارتهم أتجاه القيم المكتسبة بطريقة تقليدية. فالمحتوى القيمي المعروض في بعده الثقافي والديني يساهم في خلق حالة رفض لما يحمله الأفراد من قيم* وما يعرضه المحتوى المقدم

* نستخدم مصطلح الأتباع (في السياق الثقافي والديني) بالنسبة للقدوات التقليدية في الواقع الفعلي المحدد بالزمان والمكان، ومصطلح المتابعين (في السياق الإعلامي والتكنولوجي) للقدوات الجديدة المتمثلة في الشخصيات المؤثرة عبر وسائط الإعلام الجديدة غير المرتبطة بالزمان والمكان.

* في ظل ضعف وتراجع أو حتى غياب القدوة الاجتماعية ومرونتها كأداة اساسية في نقل القيم والمعتقدات والحفاظ عليها.

من شخصياتهم المؤثرة (الناجحة منها حسب معايير النجاح لديهم)، والتحول نحو تبني وإستعاب قيمهم بصورة لاواعية وإعادة تشكيل نظامهم القيمي.

1-3-2- توسيع مفهوم المخيال الإعلامي: يمكن اللجوء إلى مفهوم "**المخيال الإعلامي Media Imaginary**" وعلى النحو الذي اقترحته **VDT** ، فهو يشمل كلاً من القيم العالمية والقيم الخاصة بالسياقات المجتمعية الفرعية المرتبط أساسا بالعناصر الثقافية والدينية، الراسخة في شعور الإنسان ولاشعوره*، بالاضافة إلى القيم الواردة عبر وسائل الاتصال (عطاله, 2016). يمكن توسيعه إلى مفهوم "**مخيال الوسائط الإعلامية الجديدة**" يمكن لهذا التكامل في المفهومين أن يتعمق في كيفية بناء وسائط الإعلام الجديدة للصور، الفيديوهات، لغة الرموز التعبيرية المعقدة التي تتضمن القيم والمعتقدات العالمية وكذلك القيم والمعتقدات الثقافية، الدينية، السياسية وغيرها للمجتمعات الفرعية في البيئة الرقمية*، وعلاقتها بالتحولات القيمية اللاواعية للأفراد.

1-3-3- اللغة ورمزيتها القيمية: مفهوم **VDT** لـ "**بنية قيمة اللغة**"، لتحليل كيفية تأثير اللغة ورمزيتها في محتوى وسائل الإعلام على العقل وإختياراته. حيث يفترض **عزي** أن اللغة ليست حيادية بطبيعتها أبدًا، بل هي أكثر من مجرد أداة تواصلية، بل هي أداة لنقل القيم* جنبا إلى جنب مع وظيفتها التواصلية. بالإضافة إلى أبعادها الثقافية والحضارية المتجسدة، تشير قيمة اللغة إلى القواعد النحوية التي شكلت اللغة وأعطتها رمزية قيمية عبر التاريخ، والتي من دونها يتم إضعاف اللغة حضاريا* على المدى الطويل (Hamidou, 2022) . في حين ترى **UVTT** أن لرمزية اللغة التواصلية ودلالة معانيها القيمية عبر الوسائط الإعلامية الجديدة القدرة على نقل القيم بصورة لاواعية، حيث تستند تأثيراتها

---

* القيم والمعتقدات الراسخة في باطن الفرد اللاواعي (العقل الباطن وعملية الاستبطان) والمرتبطة أساسا بالجوانب المكتسبة بصفة لاشعورية.

* على سبيل المثال، مجتمع عبدة الشيطان (The Worship of Satan). مثال أخر مجتمع المثليين، مزدوجي الميل الجنسي والمتحولين جنسياً ...الخ (LGBTQ). مثال أخر المجتمع الدولي للملحدين (Atheist Alliance International)، وغير من المجتمعات الفرعية الرقمية.

* لها القدرة على صناعة الايديولوجيات القيمية، من خلال عملية نقلها للرموز والمعاني في بنيتها القيمية، بالاضافة على قدرتها على تشكيل أو إعادة تشكيل القيم والمعتقدات للافراد والجماعات. من أمثلة ذلك قدرة اللهجات اللغوية على نقل الرموز والمعاني الخاصة بالجماعات أو مجتمعات الاقليات، والتي لغتها تشكل بذاتها قيم ومعتقدات هذه الاقليات.

* إستبدال اللغة التواصلية برموز تعبيرية (لغة الايموجي، Emojis)، بالاضافة إلى اللغة المشفرة (Cod Switching) بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. وجب الاشارة هنا إلى أن هذه البدائل تحمل رموزا ومعاني تساهم في إضعاف اللغة الفعلية للتواصل والمتداولة بين الافراد من جيل لاخر، وهي تشكل عنصرا مهمة من هوية كل مجتمع.

على الافرد بصورة لاواعية على بنية العقل اللاواعي للافراد، المرتبط أساسا بالعوامل المرتكزة على الحب، الاعجاب، الشعور بالانتماء، التقليد....الخ. وبهذا تقر **UVTT** بأن الخيارات اللغوية والرموز القيمية الدالة عليها تساهم في نقل القيم الثقافية، الدينية، السياسية...وغيرها الخاصة بالشخصيات المؤثرة عبر وسائط الإعلام الجديدة، بصورة لاواعية لمعجبيهم ومتابيعهم من الاقران*.

باختصار ، دمج نظرية حتمية القيمة في نظرية انتقال القيم اللاواعية، يعزز فهم الأخير لكيفية تأثير وسائط الإعلام الجديدة دون وعي على القيم الفردية والجماعية وتغييرها. يمكن أن يوفر هذا التكامل إطارًا أكثر دقة وشمولية لتحليل التفاعل المعقد بين القيم الثقافية والدينية والعالمية في مضمون محتوى وسائط الإعلام الجديدة وتأثيرها على انتقالات القيم اللاواعية.

1-4- نظرية انتشار الابتكارات: The Diffusion of Innovations Theory

تستكشف نظرية **DIT** ، التي طورها **إيفريت روجرز Everett Rogers** ، كيفية يتم انتشار الأفكار أو التقنيات أو الابتكارات الجديدة ولماذا يتم تبنيها كممارسات جديدة داخل النظام الاجتماعي (Rogers, 1983, p. 21).على الرغم من تطبيقها تقليديًا على تبني الابتكارات، يمكن دمج هذه النظرية في **UVTT** لفهم كيفية انتشار القيم والمعتقدات الجديدة والتأثير على انتقالات القيم اللاواعية داخل المجتمع، من خلال العناصر التالية:

1-4-1- تبني القيم الجديدة كإبتكار: الابتكار في ظل نظرية انتشار الابتكارات هو فكرة أو ممارسة أو شيء ينظر إليه على أنه جديد من قبل فرد أو وحدة أخرى من وحدات المجتمع. حيث تحدد الحداثة المتصورة للفكرة بالنسبة للفرد رد فعله عليها. فكلما بدت الفكرة جديدة على الفرد، فهي في نظره ابتكار (Rogers, 1983, p. 11). وعلى هذا الاساس تنظر **UVTT** إلى القيم والمعتقدات الجديدة على اعتبارها ابتكارات في سياق ثقافي. مثلما يتم تقديم الابتكارات ونشرها في جميع أنحاء النظام الاجتماعي، يمكن تقديم قيم جديدة من خلال وسائط الإعلام الجديدة وما تتضمنه من محتوى تعرضه النماذج الإجتماعية الجديدة (المؤثرين وصانعي المحتوى وغيرهم) ، ثم يتم تبنيها ونشرها داخل المجتمع.

1-4-2- المبتكرون والمتبنون الأوائل للقيم: تصنف نظرية انتشار الابتكارات متبني الابتكارات في مجموعات مختلفة بناءً على استعدادهم لاحتضان التغيير (Rogers, 1983, pp. 248-249) في **UVTT** ، يمكن تطبيق هذا المفهوم على الأفراد الأكثر رفضا للقيم والأفكار

* متابعيهم ومعجبيهم من الأطفال المراهقين والشباب بصفة خاصة.

القديمة التي تطرحها القدوات والنماذج الاجتماعية التقليدية، ولكنهم أكثر تقبلا للقيم والأفكار الجديدة المقدمة من طرف النماذج والقدوات البديلة التي تطرحها وسائط الإعلام الجديدة .قد يدمج المبتكرون والمتبنون الأوائل هذه القيم دون وعي في أنظمة معتقداتهم ، مما يؤثر على انتشار هذه القيم إلى جمهور أوسع من متابعيهم ومعجبيهم.

1-4-3- قنوات الاتصال: تؤكد نظرية انتشار الابتكارات على دور قنوات الاتصال في نشر الابتكارات (Rogers, 1983, p. 17) . في **UVTT** ، يمكن لقنوات الاتصال التي تمثلها وسائط الإعلام الجديدة بمحتواها المعروض أن تسهل نقل القيم والمعتقدات الجديدة . كما يمكن أن تؤثر هذه القنوات الاتصالية الجديدة على انتقالات القيم اللاواعية من خلال تعريض الأفراد لوجهات نظر وأفكار متنوعة غير التي هي متداولة في الواقع الفعلي لمجتمع الانتماء.

1-4-4- النظام الاجتماعي والتأثير: نظرية انتشار الابتكارات تعترف بالترابط بين الأفراد داخل النظام الاجتماعي (Rogers, 1983, p. 24). في **UVTT** يحدث انتشار القيم والمعتقدات الجديدة في سياق الشبكات الاجتماعية التي تشكلت في بيئة وسائط الإعلام الجديدة. وفي ظل هذه البيئات الجديدة يلاحظ الأفراد المنتمون أو الزائرون لها أن الآخرين* يتبنون قيما جديدة، وقد يكون هناك تأثير جماعي يؤدي إلى انتقالات في القيم اللاواعية للأفراد الجدد.

1-4-5- الكتلة الحرجة وتشبع القيم: تقدم نظرية انتشار الابتكارات مفهوم الوصول إلى كتلة حرجة* من التبني، وبعد ذلك يكتسب الابتكار زخمًا ويصبح مقبولًا على نطاق واسع (Rogers, 1983, p. 304). في **UVTT** ، يمكن تطبيق هذا المفهوم على نشر القيم الجديدة كإبتكار ثقافي، حيث تصل انتقالات القيم اللاواعية إلى نقطة التحول* ، مما يؤدي إلى قبول واعتماد معتقدات معينة على نطاق واسع داخل المجتمع .

من خلال دمج نظرية انتشار الابتكارات في **UVTT** ، يمكنتقديم فهم أفضل لكيفية انتشار القيم والمعتقدات الجديدة والتأثير على انتقالات القيم اللاواعية داخل النظام الاجتماعي .

---

* الشبكات الاجتماعية الجديدة التي تشكلت عبر وسائط الإعلام الجديدة.

* في العلوم الاجتماعية، يشير مصطلح "**الكتلة الحرجة**" إلى الحد الأدنى لعدد أو عتبة الأفراد المطلوبين لإحداث تغيير كبير أو تحول في سلوك أو معتقد أو ظاهرة اجتماعية معينة. إنها النقطة التي يصبح عندها فعل أو فكرة معينة مكتفية ذاتيًا وتنتشر بسرعة في جميع أنحاء المجتمع (للتوسع أنظر: Marwell, G., & Oliver, P. (1993). The critical mass in collective action. Cambridge University Press.)

كما تعتبر الكتلة الحرجة مفهوم شائع الاستخدام في علم الاجتماع وعلم النفس والاقتصاد ومجالات أخرى لشرح مختلف الظواهر، بما في ذلك اعتماد التقنيات الجديدة، انتشار الابتكارات وتشكيل الحركات الاجتماعية.

* وصول هذا الجيل إلى رفض الواقع بما يحمله من قيم ومعتقدات، نظرا لوصوله لمرحلة من التشبع بالقيم والمعتقدات التي تنقل له عبر وسائط الإعلام الجديدة ومحتواها.

1-5- نظرية التنافر المعرفي: Dinassance Conitive Theory

نظرية التنافر المعرفي، التي اقترحها عالم النفس **Leon Festinger ليون فيستينجر**، تقترح أن الأفراد يعانون من عدم الراحة النفسية عندما يكون لديهم معتقدات أو مواقف أو قيم متضاربة. هذا الانزعاج، المعروف باسم التنافر المعرفي غالبًا ما يؤدي إلى تغيير في قيم ومعتقدات الأفراد أو سلوكياتهم من أجل تقليل الصراع والسعي وراء الاتساق والتوافق في معتقداتهم وسلوكياتهم(Miller, 2015) . في سياق**UVTT** ، يمكن أن يساعد تكامل نظرية التنافر المعرفي في تفسير كيفية خضوع الأفراد لتحولات قيمة غير واعية استجابة للتعرض لمحتوى القدوات الجديدة عبر وسائط الإعلام الجديدة. ويتم دمج نظرية التنافر المعرفي في العناصر الاتية :

1-5-1- التناقض وتغيير القيم: تدرك **UVTT** أن التعرض لمحتوى وسائط الإعلام الجديدة من خلال محتوى يقدمه المؤثرين أو صانعي المحتوى، قد يقدم معلومات أو سلوكيات لا تتوافق مع المعتقدات والقيم الحالية للفرد. وعليه تقترح نظرية التنافر الإدراكي أن مواجهة مثل هذه التناقضات يمكن أن تؤدي إلى عدم الراحة النفسية(Tueanrat, 2022) . نتيجة لذلك، قد ينتقل الأفراد دون وعي منهم إلى القيم المعروضة عبر وسائط الإعلام الجديدة من أجل التقليل من التنافر حول القيم المكتسبة سابقا والقيم المعروضة الجديدة، بهدف تحقيق الاتساق في أنظمة قيمهم ومعتقداتهم.

1-5-2- إعادة تقييم المعتقدات الحالية: إن دمج نظرية التنافر المعرفي في **UVTT** يعني ضمناً أن التعرض لمعلومات متضاربة قد يدفع الأفراد إلى إعادة تقييم معتقداتهم وقيمهم الحالية، وهي آلية رئيسية يسعى الأفراد من خلالها إلى مواجهة معلومات أو سلوكيات تتعارض مع معتقداتهم(Miller, 2015) . في **UVTT** يقوم الأفراد بإستبدال ودون مراجعة* واعية قيمهم السابقة لتتماشى مع معلومات القيم الجديدة التي يطرحها محتوى وسائط الإعلام الجديدة، وبالتالي حل التنافر المعرفي وتحقيق نظام قيمي عقائدي أكثر اتساقًا.

1-5-3- تغيير السلوكيات والمواقف: تفترض نظرية التنافر المعرفي أن الأفراد قد يغيرون من معتقداتهم، سلوكياتهم ومواقفهم لتقليل من التنافر (Jhangiani, 2022) . في **UVTT** ، يشير هذا إلى أن التعرض لمحتوى الرسائل الإعلامية الجديدة التي يطرحها المؤثرين وصانعى المحتوى وغير من الشخصيات عبر مختلف وسائط الإعلام الجديدة، يؤدي إلى

* لأن عملية المراجعة تتم بصورة لاواعية؛ العواطف، الميول، التحيز...وغيرها من عوامل المراجعة اللاواعية.

تغييرات في مواقف الأفراد القيمية والسلوكية، للتتكيف وتتلائم مع القيم والمواقف التي تعرضها الشخصيات المؤثرة الجديدة.*

من خلال دمج نظرية التنافر المعرفي/ الإدراكي في **UVTT** ، يمكن تحديد العمليات النفسية التي تؤثر على انتقالات القيم اللاواعية. من خلال توفير وجهات نظر حول كيفي يلعب التنافر المعرفي والدافع للاتساق دورًا في تشكيل أنظمة القيم الجديدة، لا سيما في الاستجابة لتأثير وسائط الإعلام الجديدة ونمذجة الأدوار التي يقدمها المؤثرون وصانعوا المحتوى.

1-6- نموذج الإنتقالات لبريدجس Bridges:

يركز نموذج الإنتقالات **لويليام بريدجس William Bridges** ،على فهم العمليات النفسية التي يمر بها الأفراد عند مواجهة تغييرات كبيرة في الحياة ,W. B. Bridges (Susan, 2019) . بينما يتم تطبيقه بشكل أساسي على تغييرات الحياة الشخصية، يمكن دمجه في **UVTT** لفهم كيفية خضوع الأفراد لتحولات قيمية غير واعية استجابة للتغيرات المجتمعية وتأثيرات محتوى الوسائط الإعلامية الجديدة، إستنادا إلى العناصر التالية:

1-6-1- النهايات والبدايات الجديدة: يحدد نموذج الإنتقالات ثلاث مراحل في عملية الإنتقال: مرحلة النهايات، المحايدة (الاستكشافات) و مرحلة البدايات الجديدة .W. M) (Bridges, Susan, 2000. في **UVTT** ، يتم الاستناد إلى مرحلة النهايات ومرحلة البدايات الجديدة دون مرحلة المحايدة لفهم كيفية تنقل الأفراد بين القيم*. بالنسبة لمرحلة النهايات، وهي تمثل مرحلة التخلي عن القيم أو المعتقدات أو الأعراف الثقافية القديمة. في حين تمثل مرحلة البدايات الجديدة مرحلة تبني ودمج القيم الجديدة في نظام معتقدات الأفراد دون وعي.

1-6-2- الجوانب النفسية والعاطفية: يؤكد نموذج الإنتقالات على الجوانب النفسية والعاطفية* للتحولات والإنتقالات في القيم، المعتقدات والسلوك (Ruthven, 2022) . في

---

* قدوة بديلة للقدوات التقليدية، تعمل على عرض محتويات إيجابية أو سلبية متعدد الأبعاد (ثقافية، اجتماعية، سياسية..الخ) عبر وسائط الإعلام الجديدة مثل مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، الانستغرام، التويتر..).

* تم إستبعاد منطقة المحايدة (مرحلة الإستكشافات) لأنها تمثل مرحلة تخضع لعملية عقلية واعية ترتبط في الاساس بعملية التعديل والمراجعة. كما تجدر الاشارة أن عملية المراجعة والتعديل تتم بصورة لاواعية، عن طريق مجموعة من العوامل اللاواعية كأشكال العواطف مثل الإثارة أو القلق أو الخوف أو الحزن أو السعادة، أثناء عملية الإنتقال.

* يحدد Bridges خمس عمليات نفسية وتشمل: فك الارتباط (الانفصال عن المألوف) ، التفكيك (التخلي عما لم يعد مطلوبًا) ، خيبة الأمل (إدراك أن بعض الأشياء لم تعد منطقية) ، فك الهوية (إعادة تقييم هوية المرء) والارتباك (شعور غامض بفقدان الاتصال مع الواقع).

UVTT، يسمح هذا التكامل باستكشاف كيف يمكن أن تتأثر انتقالات القيم اللاواعية بالاستجابات العاطفية لمحتوى الرسائل عبر الوسائط الإعلامية الجديدة. تشير UVTT أن الأفراد قد يعانون من إضرابات نفسية وعاطفية مختلفة أثناء عملية الإنتقال ، ويمكن لهذه الاضطرابات أن تكون سببا في عملية إتخاذ قرار تبني قيم جديدة، تشعرهم بالراحة النفسية والتقليل من الضغوط التي يعيشونها.

1-6-3- الإنتقال كعملية وليس حدثًا عارضا: يسلط نموذج الإنتقالات الضوء على أن الإنتقال عملية وليست حدثًا لمرة واحدة (McGill, 2002). في المقابل تريUVTT أن انتقالات القيم اللاواعية قد تكون حدثا عارضا وتحدث بصورة فجائية ولمرة واحدة أو أكثر من مرة، كما يمكن أن تحدث تدريجيًا بمرور الوقت، وذلك يتوقف على الفرد وإستعداداته النفسية والعاطفية لعملية التحول والإنتقال في القيم، بالاضافة إلى طبيعة محتوى وسائط الإعلام الجديدة وطبيعة العلاقة التي تربط الأفراد بالنماذج الجديدة* من مؤثرين وصانعي المحتوى وغيرهم من الشخصيات المؤثرة من خلال وسائط اعلام الجديدة. وهنا يتم التأكيد على أهمية النظر في نوع التأثيرات قصيرة أو طويلة المدى وعلاقتها بسرعة عملية تجديد نظام القيم والمعتقدات للافراد.

1-6-4- تأثير الدعم والمرونة: يؤكد نموذج الإنتقالات على دور أنظمة الدعم ومرونتها أثناء عملية الإنتقالات .(W. B. Bridges, Susan, 2019) في UVTT ، يمكن استكشاف كيف يمكن للدعم الاجتماعي ومرونته* من طرف الأسرة أو الأصدقاء مثلا كقدوات إجتماعية في الواقع الفعلي، أن يؤثر على سرعة انتقالات القيم اللاواعية التي يعرفها بعض الأفراد، في مواجهة التغيرات المجتمعية.

من خلال دمج نظرية الإنتقالات **لوليام بريدجز** في UVTT ، يمكن اكتساب رؤى حول الجوانب النفسية والعاطفية لتحولات القيمة اللاواعية . وتعزز الإطار النظري لـUVTT

* النماذج والقدوات الجديدة عبر وسائط الإعلام الجديدة بعضها (influencer Mega or Macro، وهي تقاس بحجم وعدد المتابعين) ليست لديها قيم ولا معتقدات ثابتة، لانهم يمتلكون هويات ثقافية واجتماعية متعددة، وقيمهم ومعتقداتهم تخضع لمصالحهم ومصالح من يوجهونهم، وليست خاضعة لقيم المجتمع الفعلي ومعتقداته الثابتة كالدين والأعراف...وغيرها.

* هنا يمكن أن نشير إلى إستقالة أو تراجع دور النماذج التقليدية في مقاومة القيم الجديدة ومن يروجون لها، حتى أن بعض منها أصبح مرنا في تعامله معها، بل ساهم في جعلها مقبولة إجتماعيا. والامثلة كثيرة في الحياة الواقيعية مثلا تراجع خطاب القدوة الاجتماعية التقليدية في مواجهة بعض القيم الدخيلة على المجتمع، كضعف الخطاب الديني مثلا أمام الموجات الدينية الحداثية.

وتوفير وجهات نظر قيمة حول كيفية تنقل الأفراد في القيم والمعتقدات، لا سيما في الاستجابة للتأثيرات الإعلامية والمجتمعية.

مخطط توضيحي يبين أهم المساهمات الفكرية في تأسيس نظرية الإنتقال القيمي اللاواعي

ثانيا: المفاهيم الأساسية لنظرية الإنتقال القيمي اللاوعي: ترتكز نظرية UVT على مجموعة من المفاهيم الأساسية التي تساهم في فهم وتفسير عملية الإنتقال القيمي اللاواعي وهي:

2-1- مفهوم العقل اللاواعي: The Unconscious Mind

يشير إلى الطريقة الذاتية التي يعتمد فيها الأفراد إلى تقييم أنفسهم من خلال تقييم تجاربهم الخاصة التي مروا بها سابقا. وبهذا فإن العقل اللاواعي يشير إلى مجموع عمليات العقل التي تحدث دون الإدراك الواعي الذي يصدر عن طريق العقل الباطن (عميلة الاستبطان) (Westen, 1999). وعليه فإن العقل اللاواعي يحجب أو يؤثر على عمليات التفكير والسلوك الواعي للافراد في إتخاذ قراراتهم العقلية وإختياراتهم القيمية، العقائدية، السلوكية والموقفية (صناعة وإتخاذ القرار). كما يشير إلى أن العديد من خيارات الافرد وأفعالهم تتأثر بعوامل غير واعية مثل العواطف والتحيزات والرغبات التي قد لا يكون الأفراد على معرفة كاملة بها.

2-1-1- إستخدامات مفهوم العقل اللاواعي في UVTT :

يعمل العقل اللاواعي تحت سطح الوعي ويلعب دورًا مهمًا في تشكيل المواقف والدوافع واتخاذ القرارات. في **UVTT** ، يعتبر مفهوم العقل اللاواعي أساسيًا لفهم كيفية إنتقال الأفراد من القيم والمعتقدات السابقة إلى الجديدة منها دون وعي منهم . فيما يلي بعض الاستخدامات الرئيسية للمفهوم في **UVTT** :

2-1-1-1- الرغبات المكبوتة والمخاوف والصراعات: يرى **فرويد Freud** أن العقل اللاوعي يحتوي على الرغبات المكبوتة والمخاوف والصراعات التي لم يتم حلها على مستوى العقل الواعي، بالاضافة إلى عناصر خفية أخرى تؤثر على السلوك والشخصية ,Traylor). (2022 في **UVTT**، ينصب التركيز على كيفية مساهمة الرغبات المكبوتة والمخاوف والصراعات النفسية في عملية انتقال القيم والمعتقدات لدى الأفراد، لا سيما أثناء التعرض لمحتوى قيمي وعقائدي عبر وسائط الإعلام الجديدة ومن شخصياته المؤثرة.

2-1-1-2- وجهات النظر المعرفية :بعيدًا عن التحليل النفسي الفرويدي، يقر علم النفس المعرفي المعاصر أيضًا بدور العقل اللاواعي. حيث تعمل العمليات المعرفية، مثل الأفكار التلقائية والتحيزات الضمنية والذاكرة الضمنية، دون إدراك تأثيراتها على اتخاذ القرار وتشكيل السلوك (Kihlstrom, 2007) . في **UVTT** ، يشمل مفهوم العقل اللاواعي هذه العمليات المعرفية من حيث صلتها بالإنتقال القيمي اللاواعي.

2-1-1-3- المعالجة اللاواعية واتخاذ القرار :تشير الأبحاث في علم الأعصاب الإدراكي إلى أن العقل اللاواعي يمكنه معالجة كميات هائلة من المعلومات في وقت واحد واتخاذ قرارات معقدة دون وعي (Shanks, 2006) . يتم دعم هذه الفكرة من خلال دراسات في التمهيد والإدراك اللاشعوري والتعلم الضمني والتي توضح كيف يمكن للعمليات اللاواعية أن تؤثر على المواقف والسلوك. في UVTT ، تكون هذه النتائج ذات صلة بفهم كيفية إتخاذ قرار انتقالات القيم اللاواعية استجابةً لوسائط الإعلام الجديدة والتعرض للمعلومات في محتوى القدوة الجديدة.

2-1-1-4- المعالجة اللاواعية وأساليب الاقناع الرقمية: توفر الوسائط الرقمية الجديدة فرصًا جديدة للمعالجة اللاواعية والإقناع اللاواعي (Aylesworth, 1999) . تعتقد **UVTT**

أن الرسائل اللاشعورية*، النداءات العاطفية *والأساليب الإقناعية *المتضمنة في محتوى الوسائط الرقمية، على التأثير في قيم الأفراد ومعتقداتهم على مستوى اللاوعي عندهم.
مفهوم العقل اللاواعي متعدد الأبعاد وقد تم استكشافه من وجهات نظر نظرية مختلفة في علم النفس والعلوم المعرفية.

2-2- مفهوم الإنتقال القيمي: The Value Transition هو مفهوم جديدة في توظيفه، قديم في تركيبته، حيث هو مركب من مصطلحين: الإنتقال والقيم.

2-2-1- الإنتقال:* يشير الإنتقال إلى عملية التغيير أو التحول من حالة أو معتقد إلى آخر (Merriam-Webster., n.d.). وهو ينطوي على الإنتقال من حالة حالية إلى حالة مختلفة خلال فترة زمنية قد تكون طويلة أو قصيرة. كما يمكن أن يكون الإنتقال تدريجيا أو مفاجئا، مخطط أو أو غير متوقع، وغالبًا ما ينطوي على الإنتقال في وجهات النظر، السلوكيات، الأدوار أو البيئات (Lindmark, 2019). يمكن أن ينتج الإنتقال عن عوامل مختلفة، مثل النمو الشخصي، التحولات المجتمعية، التعرض لتجارب جديدة عبر وسائط الإعلام الجديدة أو تغير ظروف الحياة المجتمعية.

---

* الرسائل اللاشعورية هي منهات يتم تقديمها تحت عتبة الإدراك الواعي. يمكن استخدامها في محتوى الوسائط للتأثير على قيم ومعتقدات الأفراد على مستوى اللاوعي. على سبيل المثال ، يمكن تضمين رسالة لا شعورية تروج لمنتج أو فكرة معينة في مقطع فيديو أو صورة.

* النداءات العاطفية هي تقنيات مقنعة تهدف إلى إثارة المشاعر لدى الأفراد للتأثير على مواقفهم وسلوكهم. يمكن استخدام النداءات العاطفية في محتوى الوسائط للتأثير على قيم ومعتقدات الأفراد على مستوى اللاوعي. على سبيل المثال ، يمكن لمقطع فيديو أو صورة تثير مشاعر قوية أن تؤثر على مواقف الأفراد تجاه قضية أو فكرة معينة.

* أساليب الإقناع هي الأساليب المستخدمة للتأثير على مواقف الأفراد وسلوكهم. يمكن تضمين هذه التقنيات في محتوى الوسائط للتأثير على قيم ومعتقدات الأفراد على مستوى اللاوعي. على سبيل المثال ، يمكن أن يؤثر مقطع فيديو أو صورة تستخدم تقنيات مقنعة مثل الدليل الاجتماعي أو السلطة في مواقف الأفراد تجاه منتج أو فكرة معينة.

* قد يتساءل البعض لما تم إختيار مصطلح الإنتقال دون غيره من المصطلحات، على غرار (التغير، التغيير، التحول). إن المبرر لاستخدام هذا المصطلح بالذات هو من أجل الاشارة إلى ان الافراد والجماعات في عصر البيئة الرقمية غير ثابتون على قيم ومعتقدات معينة يتبنونها لفترة زمنية طويلة كما يحدث التبني والاستعاب للقيم في المجتمع بصورته التقليدية الفعلية، حتى أن بعض القيم من منها هو راسخ لقرون (القيم الدينية وبعض القيم الثقافية). غير أن ما يميز علاقة الافراد بالقيم في البيئة الرقمية هو سرعة تبديلها وتغييرها في فترات زمنية قصيرة وبصورة متكررة، وهذا يشبه عملية الإنتقال من حالة لحالة أخرى، فاليوم الافراد والجماعات تجدهم على قيم ومعتقد معين، بعد مدة تجدهم ينتقلون إلى غيرها وهكذا دواليك دون الثبات على قيم واحدة وجعلها قيم ومعتقدات راسخة بالنسبة لهم.

2-2-2- القيم*: تشير القيم إلى معتقد أو مبدأ أو معيار أخلاقي متأصل بعمق والذي يحمل أهمية وقيمة لفرد أو مجموعة داخل المجتمع. وهي بمثابة مبادئ إرشادية تؤثر على المواقف والسلوكيات واتخاذ القرار وبناء تصورات حول ما هو مرغوب فيه أو مهم، بالاضافة إلى أنها تشير إلى الدرجة التي يُعتبر فيها الشيء جيدًا مقابل سيئًا (Schwartz, 1987). وهي غالبًا ما تنبع من مصادر ثقافية أو اجتماعية أو دينية أو شخصية وتلعب دورًا مهمًا في تشكيل هوية الفرد ونظرته للعالم وللأخرين . بالاضافة إلى أن القيم تميل إلى أن تكون عامة وليست محددة، وتتجاوز أنواعًا معينة من الإجراءات والمواقف.

كما تمثل مجموع المعايير المكتسبة التي تهيئنا للتصرف كما نفعل، والتي تنبثق من أنظمة المعتقدات العاطفية والمعرفية المتشابكة بشكل لا ينفصم؛ نظام معايير يتم من خلاله الحكم على السلوك وتطبيق العقوبات؛ المفاهيم الفردية أو الشائعة عن المرغوب والممنوع؛ الأحكام الأخلاقية أو مؤشرات القيم؛ والأشياء التي يُنظر إليها بشكل إيجابي أو سلبي. (Hutcheon, 1972). فهي مثلا تعتبر كمعيار تقييمي عام، يتم استخدامه لتقييم سلوكيات معينة في مواقف محددة. أو مثلا إعتبار القيم كمعتقدات، يتم استخدامه حول كل ما يعتبر جيدا، على 'إعتبارها على أنها إحتمالات للسلوك، إتجاهات معممة، تقييم للفعل، وغيرها من الاستخدامات لمفهوم القيم (Hutcheon, 1972). وعليه تُفهم "القيم" على أنها مصطلح عام لكل أشكال المعتقدات والأفكار التعبيرية التي ترتبط بها بعض المعاني الإيجابية أو السلبية التحديدية (التقييمية).

2-2-3- الإنتقال القيمي: يشير الإنتقال القيمي إلى العملية التي تخضع بها معتقدات الفرد الراسخة بعمق ومبادئه ومعاييره الأخلاقية لتغيير تدريجي أو مفاجئ، غالبًا ما يتأثر بالعوامل والتجارب والتفاعلات الخارجية. وهو يشمل تحولات في القيم الأخلاقية والثقافية والمجتمعية تؤدي إلى إعادة تقييم وتحويل نظام معتقد الفرد. وقد يحدث انتقال القيم بوعي أو بغير وعي، ويمكن أن يكون مدفوعًا بالتعرض لأفكار جديدة ووجهات نظر متنوعة وتغيير الأعراف الاجتماعية والنمو الشخصي.

بهذا يعد مفهوم الإنتقال القيمي مفهومًا معقدًا يشمل العملية الديناميكية للتغيير في المعتقدات أو المبادئ أو المعايير الأخلاقية الراسخة من مجموعة واحدة من القيم إلى أخرى. كما إنه ينطوي على إعادة تقييم وتحويل أنظمة القيم الفردية أو الجماعية بسبب

* بعض المؤلفين يستخدمون مصطلح "مُثل" بدل "القيم" للإشارة إلى الأنماط الثقافية للسلوك أو الاستجابات التنظيمية للتحديات البيئية، والتي يمكن اعتبارها رمزًا للمثل الثقافية، بدلاً من القيم بالمعنى الدقيق للكلمة.

التأثيرات مثل التجارب الجديدة، أو التعرض لوجهات نظر متنوعة، أو تغيير المعايير المجتمعية، أو النمو الشخصي. كما يؤكد أيضا على الطبيعة المتطورة للمعتقدات ودور العمليات اللاواعية في تسهيل هذا التغيير بمرور الوقت. يشير هذا المفهوم أن الإنتقال في القيم يمكن أن يحدث على المستويين الواعي واللاواعي وقد يتضمن مجموعة من العوامل الداخلية والخارجية التي تساهم في إعادة تشكيل في كل حالة إنتقال البوصلة الأخلاقية والثقافية للفرد أو المجموعة. لا سيما من خلال التعرض لوسائط الإعلام الجديدة، والتفاعل مع القدوة الجديدة، والأشكال البديلة للتنشئة الاجتماعية.

2-2-4- إستخدامات مفهوم الإنتقال القيمي في UVTT:

في سياق **UVTT**، يلعب مفهوم "الإنتقال القيمي" دورًا محوريًا في فهم وشرح العملية التي يخضع من خلالها الأفراد أو المجتمعات لتغييرات في معتقداتهم الراسخة* ومواقفهم ومعاييرهم الأخلاقية. ويتم استخدام مفهوم الإنتقال القيمي في **UVTT** كالاتي:

2-2-4-1- استكشاف التغيير اللاواعي: تدرك **UVTT** أن القيم يمكن أن تخضع لانتقالات على المستويين الواعي واللاوعي (Rothkirch, 2018). يسمح مفهوم الإنتقال القيمي بالتعمق في كيفية حدوث هذه الإنتقالات المستمرة متأثرًا بعوامل مثل التعرض لوسائل الإعلام الجديدة وشخصياتها المؤثرة بمحتواها الرقمي، أو من خلال التحولات المجتمعية في بعدها الثقافي والسياسي.

2-2-4-2- تحليل التأثيرات: يوظف **UVTT** مفهوم انتقال القيم لتحليل التأثيرات المختلفة التي تساهم في التحولات في القيم (Kendal, 2019). ويشمل ذلك دراسة تأثير الإعلام الجديد، غياب أو ضعف النماذج القوية، والتغيرات المجتمعية والإنتقال من التنشئة البشرية المباشرة إلى التنشئة غير المباشرة من خلال وسائط الإعلام الرقمية الجديدة. من خلال فهم هذه التأثيرات، يوفر **UVTT** رؤى حول ديناميكيات كيفية تشكيل القيم والإنتقال فيها.

2-2-4-3- تحديد الأنماط والاتجاهات: تستخدم **UVTT** مفهوم الإنتقال القيمي لتحديد الأنماط والاتجاهات في كيفية إنتقال القيم بمرور الوقت (Hofmeister Tóth, 2006). يمكن للباحثين استكشاف كيفية مساهمة عوامل محددة ، مثل إضعاف نظام المعتقدات أو عدم وجود نموذج يحتذى به ، في تحولات القيمة. هذا يسمح بفهم أعمق للتفاعل بين القوى النفسية والثقافية والمجتمعية.

---

* بالنسبة لجماعة الانتماء، والجماعات المرجعية.

2-2-4-4- توقع التغييرات السلوكية: تستفيد UVTT من مفهوم انتقال القيم للتنبؤ بالتغيرات المحتملة في السلوكيات والمواقف التي قد تنجم عن الإنتقال في القيم. من خلال فهم كيفية تأثير القيم على صنع القرار والسلوكيات(Hofmeister Tóth, 2006)، تقدم UVTTرؤى حول كيفية تبني الأفراد دون وعي لسلوكيات جديدة تتماشى مع قيمهم المتطورة.

2-2-4-5- توجيه التدخلات: يمكن لـ UVTT توجيه التدخلات والاستراتيجيات التي تهدف إلى تسهيل انتقالات القيم الإيجابية منها. على سبيل المثال، يمكن أن يؤدي فهم دور وسائط الإعلام الجديدة ونماذج الأدوار في إنتقال القيم الايجابية إلى توجيه برامج أو مبادرات عبر وسائط الإعلام الجديدة من أجل تعزيز هذه الشخصيات المؤثرة الجديدة. وعليه يمكن أن توفر UVTT إطارًا لتصميم التدخلات التي تتوافق مع العمليات اللاواعية التي ينطوي عليها الإنتقال القيمي.

في جوهره ، يعمل مفهوم الإنتقال القيمي في UVTT كأداة أساسية لفهم العملية المعقدة التي من خلالها تتطور القيم وتتحول وتشكل السلوكيات الفردية والمجتمعية استجابة لمجموعة من التأثيرات الداخلية والخارجية. إنه يقدم منظورًا دقيقًا حول التفاعل الديناميكي بين القوى الواعية واللاواعية التي تقود هذه الإنتقالات في القيم.

2-3- مفهوم المعتقد: Belief

في العلوم الاجتماعية ، يشير المعتقد إلى قبول الفرد أو اقتناعه أو قبوله بأن شيئًا ما حقيقي أو صحيح. وغالبًا ما يعتمد على الخبرة الشخصية أو المعايير الثقافية أو المجتمعية أو عوامل أخرى في تحديد إقتناعاته (Ajzen, 1975). بهذا فالمعتقدات تلعب دورًا مهمًا في تشكيل السلوك البشري والمواقف وعمليات صنع القرار. كما إنها تشكل عناصر أساسية لبنيتنا المعرفية وتشكل أساس تصوراتنا عن العالم والآخرين وأنفسنا.

2-3-1- إستخدامات مفهوم المعتقد فيUVTT :

يعتبر مفهوم المعتقد ضروريًا لفهم كيفية خضوع الأفراد وتبنيهم أنظمة قيم ومعتقدات جديدة ، لا سيما في الاستجابة للتعرض لوسائط الإعلام الجديدة وقدواتها. زهذه بعض الاستخدامات لمفهوم المعتقد في UVTT :

2-3-1-1- المعتقد كأساس لبناء القيم : تشكل المعتقدات اللبنات الأساسية لنظام القيم لدى الأفراد، الجماعات والمجتمعات. فالقيم هي مفاهيم أوسع تمثل ما يعتبره الأفراد مهمًا ومرغوبًا في الحياة، وغالبًا ما يتم اشتقاقها من المعتقدات الأساسية (Karl, 2022) . في

UVTT، يعد فهم معتقدات الأفراد أمرًا بالغ الأهمية لفهم توجهاتهم القيمية الإجمالية وكيف يمكن أن تتغير بصفة دائمة بمرور الوقت من خلال العمليات اللاواعية، وهنا تؤكد UVTT أن عملية الفهم هذه مرتبطة فقط بوجود معتقدات ثابتة. أما في حالة ضعف أو فقدان معتقدات ثابتة للافراد، هنا تشير UVTT إلى أن عملية التغيير أو الإنتقال في القيم ستكون عرضية وتبقى كذلك إلى أن يجد الأفراد معتقدا يثبتون عليه.

2-3-1-2- تأثير رسائل الوسائط الإعلامية الجديدة على المعتقدات : تعترف UVTT بمساهمة محتوى الوسائط الإعلامية الجديدة، بما في ذلك الأخبار، التعليم، الترفيه، الالعاب...الخ ، في تشكيل معتقدات الأفراد من خلال تقديم معلومات تعزز أو تتحدى نظم معتقداتهم الحالية. فهي تعمل باستمرار على إنشاء وتشكيل معتقداتنا من خلال إظهار المزيد من حياة العالم أكثر مما يمكننا رؤيته وتجربته بأنفسنا مباشرة .(Potter, 2012, p. 41). وهي في هذا مثلها مثل وسائل الإعلام التقليدية، غير أن نوع ومضمون محتوى الوسائط الإعلامية الجديدة أصبح أقل رقابة على ما يتضمنة من رسائل ثقافية، عقائدية تزيد من خلق التنافر المعرفي والادراكي وحتى العاطفي للأفراد مع ما يدركونها في واقعهم، وهذا قد يدفعهم إلى تبني واستيعاب كلهذه الرسائل بما تحمله من قيم جديدة وبصورة لاواعية.*

2-3-1-3- الأبعاد العاطفية والمعرفية :يمكن أن يكون للمعتقدات أبعاد عاطفية ومعرفية . تدرك UVTT أن الاستجابات العاطفية، مثل الخوف أو الأمل أو الإعجاب يمكن أن تؤثر على تبني المعتقدات والتحول في القيم بصورة لاواعية (Harlé, 2013) . بالإضافة إلى ذلك ، يمكن أن تؤثر العمليات المعرفية، بما في ذلك الإدراك الانتقائي والتحيزات المعرفية، على كيفية استيعاب الأفراد وتبنيهم للقيم والمعتقدات الجديدة.

2-3-1-4- تحدي المعتقدات وتغييرها: تؤكد UVTT بأن المعتقدات الحالية يمكن أن تقاوم التغيير، خاصة إذا كانت متأصلة بعمق أو مرتبطة بهوية الشخص (White, 2020) . ومع ذلك تقر UVTT أن التعرض للوسائط الإعلام الجديدة و التأثر بنماذج الأدوار الجديدة المتضمنة فيها يمكن أن تقدم وجهات نظر بديلة تتحدى القيم وتؤدي إلى تغييرات في المعتقدات الاصلية الثابتة مع مرور الوقت، خاصة في ظل تراجع تأثير القدوات التقليدية وسكونها الوظيفي.

* دون تصفية وفلترة عقلية، خاصة لدى الاطفال والشباب من لم يكتمل نضجهم المعرفي، العاطفي وحتى السلوكي.

من خلال دمج مفهوم المعتقد في UVTT ، يمكنك اكتساب نظرة ثاقبة حول كيفية تأثير العمليات المعرفية والاستجابات العاطفية للأفراد على تحولات قيمهم اللاواعية .يعزز هذا التكامل الإطار النظري لـ UVTT ويوفر وجهات نظر قيمة حول دور المعتقدات في تشكيل أنظمة القيم ، لا سيما في سياق تأثير وسائل الإعلام ونمذجة الأدوار.

2-4- مفهوم القدوة أو النموذج: A Role Model

القدوة *في العلوم الاجتماعية هي الفرد أو الشخصية التي يحترمها الآخرون لمكانتها الاجتماعية ويسعون إلى تقليدها (Merriam-Webster., n.d) . وهي تعمل كأمثلة أو مرشدين للسلوك والقيم. كما تلعب دورًا مهمًا في تشكيل قيم ومعتقدات الآخرين ومواقفهم وسلوكياتهم، وخاصة أولئك الذين يتطلعون للحصول على التوجيه والارشاد (Vocabulary.com., n.d) . ويمكن أن تكون إيجابية أو سلبية. تقدم النماذج الإيجابية مجموعة من السلوكيات التي تستحق تقليدها وإتباعها وحتى الايمان بها، بينما تقدم النماذج السلبية أمثلة على ما لا يجب فعله من سلوكات ومواقف.

إن دمج مفهوم "**السيولة Liquidity** " **لزيجمونت باومان Zygmunt Bauman** في فكرة القدوة التقليدية المرنة في إطار نظرية **UVT** يمكن أن يوفر رؤى قيمة حول كيفية عمل نماذج القدوة في عصر وسائط الإعلام الجديدة أو ما يعرف بالبيئة الرقمية. إذ تعكس فكرة باومان عن "**السيولة**" ذلك التحول السريع والطبيعة المتغيرة للمفاهيم، المعرفة، الأفكار، القيم والمعتقدات في العصر الرقمي، على عكس نموذج "**الصلابة**" في الماضي، حيث كان التركيز على البناء المتين للأفكار، القيم والمعتقدات على الأمد الطويل (Palese, 2013). وفي هذا يمكن مقارنة المقاربات المفاهيمية التي أوردها **باومان** في سياق مفهوم القدوة المرنة على النحو التالي:

- **القدوة السائلة:** يتوافق مفهوم **باومان** للسيولة مع الطبيعة المتطورة لنماذج القدوة في العصر الرقمي. غالبًا ما كانت نماذج القدوة التقليدية عبارة عن شخصيات مستقرة وثابتة، مثل الآباء أو قادة المجتمع أو الشخصيات التاريخية. ومع ذلك، في الحداثة السائلة اليوم، إذ تنعكس هذه السيولة في المشهد الاجتماعي

* هناك اختلاف بين القدوة التقليدية والقدوة الجديدة عبر وسائط الإعلام الجديدة؛ الاولى تمتاز بصفة الحضور المكاني والزماني، في حين الثانية مجردة في حضورها من الزمان والمكان. بالاضافة إلى ان الاولى تمتلك صفة الرقابة والتوجيه والارشاد الفعلي لكونها هي من تحضر وتؤدي فعل الرقابة، في حين الثانية لا تمتلك هذه الصفة لان الافراد هم من يستحضرونها وبالتالي لا تمتلك صفة الرقابة. في الاخير الاولى تمتلك صفة الثواب والعقاب، اما الثانية فلا.

والثقافي في الطبيعة المتطورة لنماذج القدوة السائلة في البيئة الرقمية، التي لم تعد ثابتة ودائمة بل عابرة وخاضعة للتغيير المستمر، مما يعكس خصائص الحداثة السائلة . حيث أصبحت نماذج القدوة فيها وخاصة تلك الناشئة من العالم الرقمي والمنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي، أكثر سيولة*. وفي هذا السياق يمكن للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي ومدوني الفيديو مثلا أن يبرزوا بسرعة (الانتشار بسرعة)، كما يمكن أن يكون تأثيرهم عابرًا بنفس القدر الذي برزو به. و بهذا فإن **UVTT** تسلط الضوء على القدوات السائلة على أنها نماذج جديدة التي يُحتذى بها في العصر الرقمي غالباً ما تخضع لتحولات وتغييرات سريعة. إن سيولة نماذج القدوة الجديدة هي انعكاس للطبيعة المتطورة لنماذج القدوة في مختلف وسائط الإعلام الجديدة، وهي بمثابة تأكيد وإقرار على التغيرات والتحولات السريعة التي تشكل جزءًا من هذا العصر الرقمي(Manard, 2014) .

- **الإختيار والانتقائية:** في مجتمع الحداثة السائلة كما اقترح **زيجمونت باومان**، يتمتع الأفراد بالفعل بقدر أكبر من القدرة على اختيار قدوتهم. تتيح هذه السيولة في البيئة الرقمية للأفراد إمكانية تحويل إعجابهم بسهولة من مؤثر إلى آخر، باتباع الاتجاهات والمحتوى الذي يتوافق مع قيمهم المتطورة(Mattiazzi, 2021) . يرتبط هذا المفهوم بـ **UVT** من خلال التأكيد على دور الانتقائية وعمليات صنع القرار اللاواعية للأفراد التي تنطوي على اختيار نماذج القدوة والتعرف عليها ومحاكاتها وتقليدها. إذ تعكس تفضيلات المتابعين لبعض نماذج أدوار أنظمة القيم الحالية الخاصة بهم، والتي قد تتغير بمرور الوقت.
- **أنظمة القيم اللينة:** لقد تحولت أنظمة القيم التقليدية، التي كانت تعتمد في كثير من الأحيان على مبادئ ثابتة وغير متغيرة، بواسطة الأدوات والمنصات الرقمية إلى أنظمة لينة وطيّعة. ذلك لان هذه المنصات تتمتع بالقدرة على التأثير وتشكيل أنظمة القيم بطريقة لم تكن ممكنة في الماضي. على سبيل المثال، يمكن لمنصات التواصل الاجتماعي أن تسهل انتشار قيم ومعتقدات معينة، وبالتالي التأثير على الأعراف

* وبهذا فإن القدوة الحديثة السائلة عند **باومان** هي تلك القدوة سهلة الانتشار والتوسع بما تحمله من قيم وأفكار وممارسات في البيئات الرقمية الجديدة، وهي بذلك تلغي الحدود المكانية والزمانية. فحين نقصد بالقدوة التقليدية المرنة في هذا المقترح النظري؛ هي تلك القدوة التقليدية سهلة التقبل (المتساهلة) لكل وافد جديد من القيم، المعتقدات، الافكار، الممارسات وغيرها، مما أصبح مقبولا اجتماعيا وثقافيا لدى القدوة التقليدية في ظل تعايشها وتقبلها مع الوسائط التكنولوجية الجديدة ومحتواها. وبهذا يمكن القول بإنسحاب وتراجع القدوة التقليدية بسبب مرونتها أمام إنتشار القدوة الحديثة بسبب سيولتها.

والتوقعات المجتمعية(Mattiazzi, 2021) . وفي سياق **UVTT**، يسلط هذا الضوء على أنه يمكن للأفراد استيعاب قيم ومعتقدات القدوة التي تتوافق شعبيتها مع المناخ الثقافي السائد عبر مواقع التواصل الاجتماعي دون وعي.

- **التأثير الزائل للقدوة الحديثة السائلة:** غالبًا ما يكون لنماذج القدوة السائلة في العصر الرقمي تأثير سريع الزوال، يمكن أن ترتفع شعبيتها وتتلاشى بسرعة. كما قد لا يؤدي هذا التأثير العابر دائمًا إلى تحولات دائمة في القيم، لكنه يمكن أن يؤثر على معتقدات المتابعين وسلوكياتهم على المدى القصير(Pignagnoli, 2021) . في سياق **UVTT** يمكن هذا أن يبرر إستخدام مفهوم الإنتقال القيمي، أي أن المتابعين لمحتوى القدوات الحديثة ينتقلون بين القيم التي تروج لها القدوات الحديثة، ولا يثبتون على قيم ومعتقدات واحدة، وهي بذلك تشكل عمليات لاواعية في الإنتقال من نظام قيمي لآخر.
- **الهويات المجزأة للقدوة الحديثةالسائلة:** تؤكد حداثة **باومان** السائلة أيضًا على الطبيعة المجزأة للهوية للقدوات الحديثة في العالم الرقمي، قد تولد للمتابعين نماذج متعددة من القدوات، تمثل كل منها جوانب مختلفة من هويتهم(Bauman, 1996) . في سياق **UVTT** يسمح هذا بفهم دور القدوة التقليدية التي تمثل هوية ثابتة لاتباعها، في حين تمثل القدوة الحديثة السائلة تجزء في الهويات لمتابعيها، ما يولد لها شعور بالنفور منها والإنتقال كل مرة من قدوة إلى اخرى بحثا عن هوية ملائمة لهم، أو السعي إلى نظام قيمي واعتقادي مركب.

2-4-1- إستخدامات مفهوم القدوة/ النموذج فيUVTT : يعتبر مفهوم القدوة/النموذج أساسيا لفهم كيفية إنتقال الأفراد في القيم وتبني أنظمة قيم ومعتقدات جديدة، لا سيما في الاستجابة للتعرض للشخصيات المؤثرة الجديدة* خاصة منها السائدة عبر وسائط الإعلام الجديدة ، في مقابل غياب وضعف القدوة التقليدية أو تزايد القدوة التقليدية المرنة*. ويمكن دمج مفهوم القدوة/ النموذج فيUVTT كالتالي:

* هنا وجب الاشارة إلى أن هذه الشخصيات المؤثرة الجديدة لا تمتلك صفات القدوة الاجتماعية التقليدية، فهي في الغالب منها من لا تحضى بمكانة ولا سمعة محترمة إجتماعيا. (أغلب المؤثرين عبر الوسائط الاجتماعية الجديدة يعتبرون منبوذين اجتماعيا وثقافيا داخل جماعات الانتماء، جعلوا من وسائط الإعلام الجديدة فضاء للتواصل مع الافراد مثلهم، وتشكيل جماعات إنتماء جديدة تتوافق وقيمهم ومعتقداتهم التي يدعون لها).

* وهي نوع من القدوات التقليدية التي ساهمت في القبول الاجتماعي للعديد من القيم التي تبناها بعض أعضاء الجماعات المرجعية وجماعات الانتماء، فهي من خصائصها أنها قدوة متسامحة ومتساهلة في قيم ومعتقدات كانت في الماضي القريب

2-4-1-1- تحديد الهوية والتقليد :يمكن أن تؤثر نماذج الأدوار على الإنتقال القيمي اللاواعي من خلال عملية التحديد الهوية والتعرف على الشخصية التي يعتقدون أنها يمكن أن تكون قدوتهم (Benbassat, 2014)، ثم ينتقلون إلى عملية التقليد لهاته الشخصيات التي تبنتها كقدوة جديدة (Sealy, 2008) . تؤكد **UVTT** أن الأفراد قد يتبنون دون وعي القيم والمعتقدات التي تظهرها الشخصيات الجديدة والتي يعتبرونها قدوتهم ويسعون جاهدين ليكونوا أكثر شبهاً بها في أسلوب حياتهم ونمط عيشهم المادي والمعنوي.* كما تؤكد **UVTT** على أن هذه الإنتقالات اللاواعية يمكن أن تشكل قيم، معتقدات وسلوكيات الأفراد وتقدم لهم نظرة محسنة عن عالمهم كيف يجب أن يكون.

2-4-1-2- تحديد الطموح :تدرك **UVTT** الجانب الطموح لنماذج الأدوار التقليدية أو الجديدة، وعليه قد يطمح الأفراد دون وعي إلى امتلاك خصائص أو إنجازات أو قيم الشخصيات التي يرونها قدوة لهم (Morgenroth, 2015)، حيث يُمكن هذا الطموح في الغالب إلى استيعاب القيم والمعتقدات الجديدة، ما يشكل انتقالا في القيم من القديمة إلى الجديدة منها. ومن المهم الاشارة في **UVTT** أن تأثير نماذج الأدوار على إنتقال القيم يمكن أن يكون إيجابيًا أوسلبيًا. بحيث يمكن للنماذج الإيجابية أن تلهم الأفراد لتبني القيم والسلوكيات الإيجابية ، بينما النماذج السلبية يمكن أن تقود الأفراد إلى القيم السلبية.

2-4-1-3- أدوار القدوات كمحفزات للانتقال القيمي :يمكن أن تعمل الادوار التي تؤديها الشخصيات المؤثرة الجديدة كمحفزات لتبني وإستعاب قيم جديدة بصورة لاواعية (Morgenroth, 2015) . حيث يمكن للشخصيات المؤثرة عبر وسائط التواصل الاجتماعي من خلال تواصلهم اللفظي (كلماتهم، كتاباتهم)، أو من خلال تواصلهم الغير لفظي (إيماءاتهم وإحاءاتهم وتمظهراتهم الجسدية والسلوكية) أن تدفع الأفراد إلى الرفض أو تقبل بصورة كلية أوجزئية ما يعتقدونه وما يحملونه من قيم مكتسبة بصورة تلقائية* من جماعات الانتماء على إختلافها (خاصة في ظل ضعف أو غياب القدوة التقليدية في واقعهم الفعلي، أو في بيئة الانتماء).

من أشد من يدافع عنها. مثلا الام حين تسعى دائما إلى ايجاد مبررات لبعض القيم التي يتبناها ابنائها بقولها (جيلهم يفعل كذا، ويتبنى كذا). مثل أخر؛ التسامح والتساهل في طاعة الصغير للكبير وإحترام الكبير للصغير.

* تشير إلى مختلف التمظهرات والتمثلات المادية والمعنوية التي يتمثلها الافراد في تقليد قدواتهم الجديدة، كنمط اللباس وغيرها من التمظهرات والتمثلات)

* لم يتم اكتسابها عن وعي وعن تجربة أو اختبار، بل وجدوا انفسهم مجبرين على تبنها والاعتقاد بها بصورة الزامية.

2-4-1-4- التأثير على الهوية الاجتماعية: تدرك **UVTT** أن الشخصيات والقدوات الجديدة يمكن أن تؤثر ليس فقط على القيم الفردية ولكن أيضًا على قيم الهويات الاجتماعية، التي تشكل القيم والمعتقدات جزءا كبيرا في تحديدها (Galan, 2019, pp. 4 - 5). وبهذا تقر **UVTT** أن أغلب الشخصيات المؤثرة الجديدة في الحقيقة هي شخصيات تنتمي إلى مجموعات أو مجتمعات اجتماعية معينة تتبنى قيما ومعتقدات خاصة، وبالتأثير في الأفراد المتابعين لهم ينقلون هذه القيم والمعتقدات بصورة لاواعية ويجعلون من الأفراد يتماشون مع قيم مجموعات أو مجتمعات إنتمائهم.

2-4-1-5- التأثير على إختيار و استهلاك الوسائط الإعلامية الجديدة: تلعب الشخصيات المؤثرة الجديدة دورا مهما في عملية إختيار واستهلاك الوسائط الإعلامية الجديدة من طرف الأفراد المتابعين* لهم. كما يمكنهم تشكيل تفضيلات وسائط الإعلام للأفراد من خلال التأثير على تصورهم لما هو مقبول اجتماعيًا أو مرغوبًا فيه (Kearney, 2020). في **UVTT**، من الضروري النظر في الكيفية التي قد يؤدي بها التعرض لمحتوى الوسائط الرقمية الذي يعرض من طرف المؤثرين وصانعي المحتوى وغيرهم من الشخصيات المؤثرة (القدوة الافتراضية الجديدة) إلى انتقالات قيمية غير واعية ، حيث ينجذب الأفراد إلى استخدام الوسائط الإعلامية التي يلقى فيها المحتوى الذي تعرضه شخصياتهم المحببة صدى ومتابعة كبيرة. نظرًا لأن الأفراد ينظرون إلى أقرانهم للحصول على إشارات حول ما يجب استهلاكه، فهم أكثر عرضة لاختيار وسائط الإعلام التي تحظى بشعبية بين قدوتهم أو التي تعكس اهتمامات وقيم قدوتهم.

من خلال دمج مفهوم القدوة/ النموذج في **UVTT** ، يمكنك اكتساب رؤى حول كيفية تشكيل وتشكل الشخصيات المؤثرة عبر الوسائط الإعلامية الجديدة وكيفية نقلها للقيم بصورة لاواعية للأفراد ودفعها لتبني وإستعاب أنظمتها القيمية والمعتقدية بصورة لاواعية.

* اختيار الوسائط الإعلامية يخضع لاستخدامات المؤثرين لهذه الوسائط، على سبيل المثال نجد الشباب كثيرا ما يميلون إلى إستخدام التيك توك Tik Tok، نظرا لان أغلب المؤثرين من أقرانهم الشباب يميلون إلى استخدام هذه الوسيلة، بالاضافة إلى أنها من ناحية المحتوى نجده محتوى في غالبه مقدم أومعروض لفئة الشباب دون غيرهم من الفئات العمرية الاخرى على نذرتها. يمكن اسقاط نفس المثال على الاطفال الذين يميلون إلى إستخدام اليوتوب Youtube أكثر من الوسائط الإعلامية الاخر.

2-5- مفهوم الإعلام بالوسائط الجديدة: New Media

تشير وسائط الإعلام الجديدة إلى أشكال الاتصال ونشر المعلومات التي ظهرت مع تقدم التقنيات الرقمية. على عكس الوسائط التقليدية (مثل الصحف والراديو والتلفزيون) ، تشمل الوسائط الجديدة مجموعة واسعة من المنصات الرقمية، بما في ذلك الإنترنت والوسائط الاجتماعية والمدونات والبودكاست ومقاطع الفيديو عبر الإنترنت وتطبيقات الهاتف المحمول. تتيح الوسائط الجديدة المحتوى التفاعلي الذي تم إنشاؤه بواسطة المستخدم والتواصل في الوقت الفعلي ، مما يحول كيفية إنتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاكها.

معظم التكنولوجيات التي توصف بأنها وسائط إعلام جديدة هي رقمية، ولها من خصائص التي يجري التحكم بها، فهي كثيفة، قابلة للضغط وتفاعلية. ومن امثلتها مواقع الإنترنت، كمبيوتر الوسائط المتعددة، ألعاب الكمبيوتر، الأقراص المدمجة وأقراص الفيديو الرقمية. وسائط الإعلام الجديدة لا تشمل البرامج التلفزيونية، الأفلام الروائية، المجلات، الكتب أو المنشورات الورقية، إلا إذا كانت تحتوي على التكنولوجيات التي تمكن من التفاعل الرقمي (Konieczny, 2009).

2-5-1- إستخدامات مفهوم وسائط الإعلام الجديدة في UVTT : يعتبر مفهوم الإعلام بالوسائط الجديدة ضروريًا لفهم كيفية إنتقالات القيم الأفراد لدى الأفراد واعتمادها ك أنظمة قيم ومعتقدات جديدة ، لا سيما في الاستجابة للتعرض للمحتوى الرقمي والتفاعلات عبر هذه الوسائط الإعلامية الجديدة. وهذه بعض جوانب إستخدامات المفهوم في UVTT :

2-5-1-1- التأثير على الوصول إلى المعلومات :توفر وسائل الإعلام الجديدة للأفراد وخاصة الشباب منهم سهولة الوصول إلى كميات هائلة من المعلومات ووجهات نظر متنوعة جديدة أو قديمة، مرتبطة أو غير مرتبطة* بمجتمع إنتمائهم (Kahne, 2012) . وفي هذا تدرك UVTTأن التعرض للمعتقدات وللقيم خاصة منها المختلفة من خلال المحتوى الرقمي الذي تطرحه الشخصيات المؤثرة عبر مختلف وسائط الإعلام الجديدة، يمكن أن يؤثر على انتقالات القيم اللاواعية للأفراد خاصة من ناحية محددات رؤى تطلعاتهم وتوقعاتهم حول حياتهم الواقعية.

* تتعلق بمختلف القيم والمعتقدات الخاصة بالمجتمع الفعلي الذي ينتمي إليه الافراد، أو تتعلق بقيم ومعتقدات مجتمعات مشابهة أو مختلفة عن مجتمع إنتمائهم.

2-1-5-2- محتوى الاقران في الدوائر الاجتماعية الرقمية : تقر UVTT بأن المحتوى الذي يتم إنشائه على منصات الوسائط الجديدة من طرف الاقران، بما في ذلك المؤثرين وصانعي المحتوى يمكن أن يشكل سلسلة من القيم والمعتقدات الجديدة التي يستوعبها الأفراد خاصة الشباب منهم (Huang, 2014) . فالمحتوى المنشئ داخل الدوائر الاجتماعية الرقمية من خلال منصات التواصل الاجتماعي يلعب دورًا مهمًا في تواصل الأفراد مع الآخرين من أقرانهم فقط، يؤدي إلى انتقالات قيمية غير واعية من خلال التفاعلات والنقاشات التي تحدث حول وجهات نظر متنوعة وغير معلومة المصدر ، التي تحدث داخل هذه الدوائر الاجتماعية الرقمية والتي تحكمها قواعد تنطمية تعتبر بمثابة نظامها القيمي و المعتقدي الذي يمتثل له الاعضاء المنتمون لهذه الدوائر الاجتماعية الرقمية.

2-1-5-2- فقاعات التصفية وغرف الصدى : تأخذ UVTT في الاعتبار تأثير فقاعات التصفية وغرف الصدى التي تم إنشاؤها بواسطة خوارزميات* ألية مدرجة في وسائط الإعلام الجديدة. حيث يمكن أن تؤدي هذه الاخيرة إلى عرض توصيات حول محتويات مخصصة يفكر فيها الأفراد (Kitchens, 2020)، تزيد من تعزيز التعرض إلى القيم والمعتقدات الجديدة كبديل لقيمهم ومعتقداتهم الحالية، هذا ما يعزز الارتباط اللاواعي أكثر (عاطفيا) بإستعاب وتبني قيم جديدة غير التي يتداولها مجتمع الانتماء الفعلي.

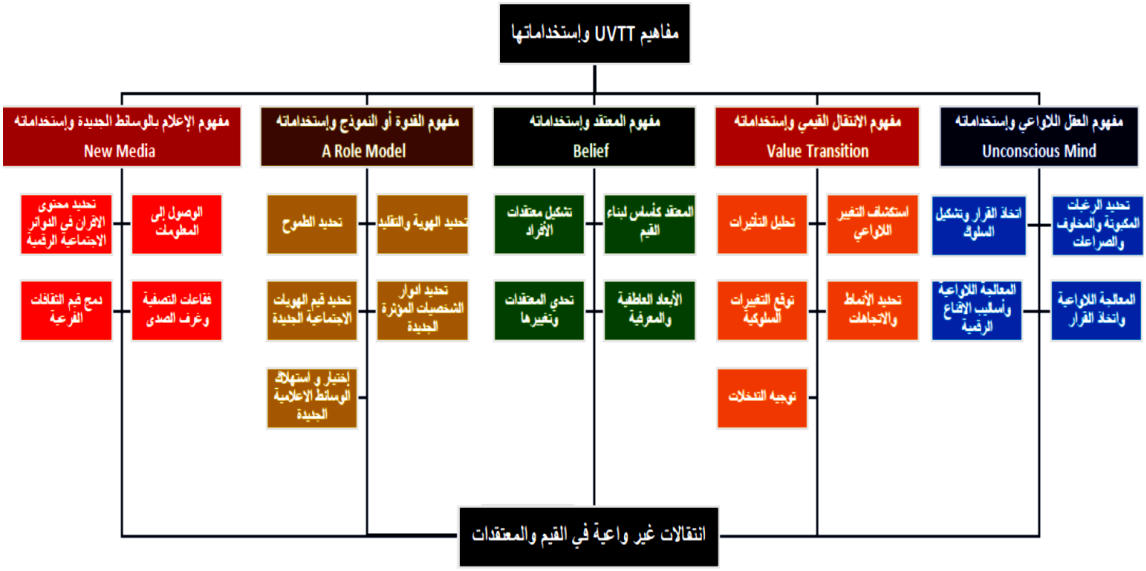
2-1-5-3- وسائط الإعلام الجديدة ودمج قيم الثقافات الفرعية :سهلت وسائط الإعلام الجديدة عملية انتقال الثقافات الفرعية مكانيا وزمانيا، مما أتاح إنتشار قيم ومعتقدات ثقافية فرعية خارج حدودها المجتمعية الفعلية إلى حدود مجتمعات أخرى (Stahl, 1999) . تستكشف UVTT كيف يمكن أن يؤدي التعرض لمحتوى وسائط الإعلام الجديدة إلى انتقالات غير واعية في القيم والمعتقدات، من خلال دمج الأفراد عناصر من ثقافات متنوعة في أنظمة قيمهم ومعتقداتهم الخاصة دون وعي منهم، بل بدافع الاعجاب والحب وإبداء الاهتمام لا غير.

من خلال دمج مفهوم الوسائط الجديدة في UVTT ، يمكنك اكتساب رؤى حول كيفية تساهم التقنيات الرقمية والمحتوى عبر وسائط الإعلام الجديدة في عملية الإنتقال القيمي اللاواعي، من خلال تبني أنظمة قيم ومعتقدات جديدة.

* أغلب وسائط الإعلام الحديثة اليوم مزودة بخورزميات تشتغل بالذكاء الاصطناعي، هذا الاخير يمتلك القدرة على تعزيز وتطوير خاصيات البحث التلقائي المبني على رغبات الافراد المسجلة والمخزنة مسبقا.

عادل شهيب

مخطط توضيحي لإستخدامات مفاهيم نظرية الإنتقال القيمي اللاواعي



ثالثا: الافتراضات الأساسية لنظرية الإنتقال القيمي اللاواعي: تستند UVTT على ثلاث افتراضات أساسية هي:

3-1- الافتراض الأول: الإنتقال من التنشئة البشرية المباشرة إلى التنشئة غير المباشرة بالوسائط الرقمية الجديدة (التنشئة البديلة): يشير هذا الافتراض إلى التحول في كيفية تنشئة وتكوين الأفراد اجتماعيًا وإكتسابهم وتعرضهم للقيم والمعتقدات والمعايير الثقافية. تقليديًا، تتضمن التنشئة البشرية المباشرة تفاعلات وجهاً لوجه وتأثير الأسرة وتوجيه المجتمع من طرف النماذج والقدوات الاجتماعية التي تشكل مصادر أساسية للتنشئة الاجتماعية. ومع ذلك، مع ظهور وسائل الإعلام الجديدة ، يتعرض الأفراد بشكل متزايد للقيم والمعتقدات ومجمل الرسائل الثقافية وغيرها، وذلك من خلال التكنولوجيات ووسائلها المرتبطة بالإنترنت مثل مواقع التواصل الاجتماعي، الالعاب الافتراضية....الخ. كما تم استبدال الانسان بكل ما يملكه من إنسانية وعواطف وتفاعلات، التي هي بمثابة مَعْبَر متين للتواصل ونقل القيم وتواترها بين الأجيال بالوسائط الانسانية البديلة (التنشئة الاجتماعية الرقمية) التي تفتقر إلى التفاعلية والعاطفة الإنسانية، يمثلها الإعلام الجديد بأشكاله المختلفة.

3-1-3- التوضيح والمنظور الأكاديمي: كان مفهوم التنشئة الاجتماعية وتحولها بسبب ظهور وسائط الإعلام الرقمية الجديدة موضع اهتمام في دراسات الاتصال وعلم النفس الإعلامي وعلم الاجتماع . فيما يلي بعض القضايا الرئيسية المرتبطة بهذا الإفتراض:

3-1-3-1- التنشئة البشرية التقليدية المباشرة :في المجتمعات والبيئات التقليدية ، تلعب التنشئة البشرية المباشرة دورًا مركزيًا في تشكيل قيم ومعتقدات الأفراد. إذ يعمل أفراد الاسرة، المعلمون، رجال الدين وأعضاء المجتمع ممن لهم مكانة اجتماعية وثقافية محترمة، كعوامل مؤثرة في التنشئة الاجتماعية، ونقل القيم والمعايير والتقاليد الاجتماعية والثقافية والحفاظ على إستمرار وظيفتها الثقافية والاجتماعية، من خلال التفاعلات المباشرة والتواصل وجهاً لوجه.

3-1-3-2- الوسائط الإعلامية الجديدة والتنشئة غير المباشرة (البديلة): سمحت منصات الوسائط الاجتماعية والمجتمعات الافتراضية عبر الإنترنت وخدمات البث والمحتوى الرقمي بالتواصل الاجتماعي غير المباشر للافراد، من نشر القيم والرسائل الاجتماعية والثقافية من خلال التفاعلات الافتراضية و والتعرض للمحتوى والخدمات الرقمية عبر الوسائط الإعلامية الجديدة. فأحدثت بذلك ثورة في طريقة وصول الأفراد إلى المعلومات والتفاعل مع الآخرين واستهلاك المحتوى الاجتماعي والثقافي.

3-1-3-3- النقل الثقافي من خلال الوسائط الإعلامية الجديدة :مع انتشار استخدام الهواتف الذكية والاتصال بالإنترنت والأجهزة الرقمية، زاد تعرض الأفراد للرسائل الثقافية المتنوعة ومن مصادر مختلفة، محلية وعالمية. سمحت بنشر أفكار وقيم وأنماط حياتية جديدة، مختلفة عن الواقع الفعلي للأفراد.

3-1-3-4- المجتمعات الافتراضية والثقافات الفرعية :تسهل المنصات عبر الإنترنت تشكيل مجتمعات وثقافات فرعية افتراضية ، حيث يتجمع فيها الأفراد ذوي الاهتمامات والقيم المشتركة. تمكن هذه المجتمعات الافتراضية من تعريف الأفراد المنتمون بأنظمة القيم والمعتقدات وحتى الأيديولوجيات البديلة المتاحة، مما يساهم في التحولات اللاواعية في أنظمة القيم الخاصة بهم.

3-1-3-5- التأثير على الهوية والانتماء :يمكن أن يؤثر الإنتقال من التنشئة البشرية المباشرة إلى التنشئة غير المباشرة باستخدام الوسائط الرقمية الجديدة على كيفية تكوين الأفراد لهوياتهم وإدراك شعورهم بالانتماء. فقد تشكل التفاعلات الافتراضية والانتماءات

إلى المجتمعات الافتراضية عبر الإنترنت هويات اجتماعية جديدة تؤثر على التوجهات القيمة لاعضائها.

أكاديميًا، استكشف العديد من الباحثون آثار الوسائط الرقمية على التنشئة الاجتماعي ، ونقل الثقافة ، وتشكيل الهوية. كما أنجزت الدراساتعلى سؤال " كيف توفر البيئات الإعلامية الجديدة فرصًا للتعرض للتأثيرات الثقافية المتنوعة ، وكيف تشكل التفاعلات الافتراضية السلوكيات والمعتقدات الاجتماعية؟.

2-3- الإفتراض الثاني :غياب أو ضعف أو مرونة القدوة التقليدية*: يشير افتراض غياب أو ضعف أو مرونة النموذج أو القدوة الاجتماعية في **UVTT** إلى سيناريو حيث تفتقر فيه الشخصيات التقليدية المؤثرة* القدرة على نقل القيم والمعتقدات والحفاظ عليها من جيل إلى أخر قدر المستطاع. أو تكون نماذج الأدوار التقليدية نادرة أو غير فعالة (مرنة) في الحفاظ على أنظمة القيم للمجتمع الفعلي وخاصة منها القيم الثابتة*، إلى جانب ضعف الخطاب القيمي المستخدم من طرفهم وعدم امتلاكهم أساليب الإقناع الملائمة لمتطلبات وحاجيات هذا الجيل* من الشباب مثلا. حينها يبحثون عن مصادر بديلة للتوجيه القيمي والمعتقدي وحتى السلوكي. في مثل هذه المواقف ، تلعب وسائط الإعلام الجديدة من خلال المؤثرين وغيرهم دورًا في التأثير على الإنتقال في القيم لدى الأفراد الذين هم أمام قدوة ضعيفة مرنة، أو من دون قدوة يمتثلون لها.

3-2-1- التوضيح والمنظور الأكاديمي: في **UVTT** ، يُقر افتراض غياب أو ضعف النموذج أو القدوة التقليدية بأن التغييرات المجتمعية منها الثقافية والتكنولوجية قد تؤدي إلى تحولات في توافر نماذج وقدوات تورث الأدوار التقليدية وتحافظ عليها . فعامل انتشار وسائط الإعلام الجديدة تؤثر وتقلل من إمكانية الوصول إلى النماذج والقدوات الاجتماعيةالتقليدية في الحياة الواقعية، خاصة بالنسبة للأفراد الذين يفتقرون إلى القدوة الإيجابية في محيطهم المباشر. وفي ظل غياب النموذج او القدوة الاجتماعية

---

* وتشمل القدوات مثل: الام، الاب، الاخ الاكبر، المعلم، رجل الدين، ،،، وغيرهم من النماذج التقليدية التي ساهمت في الحفاظ على القيم والمعتقدات وتواترها لدى العديد من الجماعات والمجتمعات.

* التي تمثل معيارا وناقلا للقيم داخل المجتمع أو البيئة الواقعية والفعلية للافراد.

* ونعني بها العناصر القيمية التي تشكل الخصوصية الهوياتية للافراد، الجماعات والمجتمع، منها على سبيل المثال الثوابت الهوياتية كاللغة والدين.

* انطلاقا من الاب والام وصولا إلى الجار، المعلم، ،،،الامام. ...الخ. هذا طبعا اذا استثنينا الخطابات القيمية المتطرفة دينية كانت او سياسية، إثنية، ثقافية...الخ.

التقليدية، يلجأ هؤلاء الأفراد إلى مصادر بديلة مختلفة لجعلها قدوة وطموحهم، بحيث تلعب هذه المصادر دورًا مهمًا في تشكيل أو إعادة تشكيل القيم أثناء عملية انتقال القيمي اللاواعي. وهي تشمل القضايا الأساسية الأتية:

3-2-1-1- الشخصيات المؤثرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي: المؤثرون وصانعي المحتوى وغيرهم من الشخصيات المؤثرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، من الذين تمكنوا من الحصول على متابعين مهمين في الغالب يؤدون أدوارا ترتكز في مجملها على نشر أنماط حياتهم بما فيها القيم والمعتقدات التي يؤمنون بها، والتي يمكن أن يستوعبها أتباعهم بدافع الاعجاب، الحب...الخ، ما يفترض انتقالاً في قيمهم، معتقداتهم وسلوكاتهم من القديمة والتي يتبنوها وتتبناها بيئتهم الفعلية* ، إلى تبني الجديدة منها والتي تؤمن بها قدواتهم الجديدة.

3-2-1-2- المجتمعات الافتراضية والثقافات الفرعية في البيئة الرقمية: يمكن للشبكات الاجتماعية الافتراضية التي تعبر عن ثقافاتها الفرعية من خلال وسائط الإعلام الجديدة أن تشكل مجموعات خاصة من الأفراد ذوي قيم ومعتقدات مشتركة، والتي يتبناها ويستوعبها* الأفراد الجدد الذين ينتمون إلى هذه المجتمعات ذات المعايير القيمية والسلوكية المخالفة كليا أو جزئيا لمجتمع الانتماء الفعلي والواقعي.

3-2-1-3- الشخصيات الخيالية والافتراضية: إن الشخصيات الخيالية (الاسطورات التاريخية في ثقافة الشعوب) والافتراضية في الفضاء الرقمي التي يتم الترويج لها عبر مختلف وسائط الإعلام الجديدة، وخاصة مع إنتشار الذكاء الاصطناعي الذي له القدرة على خلق وتوليد شخصيات غير واقعية خالية من العيوب الفيزيولوجية والمرفولوجية وحتى المعرفية*، وهي في الاصل تحمل مُثل وقيم معينة، تدعو بطريقة غير مباشرة إلى تبنيها. ترى UVTT أن الأفراد ممن يعشقون هذه الشخصيات يتبنون وبدون وعي وبدافع الحب والاعجاب والنزعة إلى التقليد القيم التي تتبناها أو تعرضها هذه الشخصيات.

من الضروري الاعتراف بأن وجود أو عدم وجود نموذج أو قدوة إجتماعية يحتذى بها، يمكن أن يختلف باختلاف الثقافات والفئات العمرية والسياقات الاجتماعية لكل

---

* الاهل، الاقارب، الاقران والاصدقاء، أهل الحي والمدينة....الخ.

* عملية التبني والاستعاب قد تكون حدثا عرضيا قابل لتغيير والإنتقال منه بمجرد التعرف والانتماء إلى مجتمعات افتراضية جديدة، كما يمكن أن تكون عملية تبني شبه نهائية وطويلة المدى. ولكن ما تركز عليه UVTT هو عملية التبني الحدثي او العرضي القابل للتغيير في فترات زمنية قصيرة.

* مثالية وكما يطمح اليها كل فرد؛ لانها تستجيب لتصوراته المخزنة في اللاوعي (العقل الباطن).

فرد*، وهو متعدد الأوجه والتعقيدات في تأثيره على أنظمة القيم و المعتقدات والإنتقال فيها.

3-3- الإفتراض الثالث: غياب روح المعتقد: يشير افتراض غياب روح المعتقد في UVTT إلى أنه خلال فترات أو ظروف معينة، قد يعاني الأفراد من ضعف أو نقص في نظام معتقد كان قوي وثابت .قد يكون هذا الغياب نتيجة لعوامل مختلفة أبرزها هو التعرض لأفكار جديدة من خلال وسائط الإعلام الرقمية والشخصيات المؤثرة التي تسوق لها عبر ما تعرضه من محتوى، و تجارب تتحدى القيم والمعتقدات السابقة . وخلال لحظات عدم اليقين لدى الأفراد قد يكونوا أكثر انفتاحًا على تبني هذه القيم والمعتقدات الجديدة بصورة لاواعية.

كما بني هذا الفرض، إستنادا إلى الصراع المعتقدي الروحي والمادي الذي يتنازعه ويتصارعه هذا جيل الشباب المرتبط بالبيئة الرقمية ومنتجاتجها التكنولوجية اللينة منها التشغيلية أو التطبيقية (Software or Application)، والمادية (Phones, Computers, Games...etc) ما نتج عنه جيل من الشباب في غالبه لا يمتلك ولا يمتثل لأي معتقد ديني، ثقافي او اجتماعي ثابت ومستقر. جيل من الشباب في غالبه غير متشبع بأي قواعد عقائدية مهما كان منشأها، ما يجعله لا يثق ولا يُؤمن بمتغير القيم وثوابته وقوانينه، باختلاف مصادره، إجتماعية كانت أو ثقافية،سياسية وغيرها.

3-3-1- التوضيح والمنظور الأكاديمي: تمت دراسة مفهوم المعتقد وتغييره بمرور الزمن على نطاق واسع في علم النفس وعلم الاجتماع والأنثروبولوجيا . ويمثل المعتقد مختلف التمظهرات المعرفية للمواقف، الآراء، الأحكام والتقييمات التي يحملها الأفراد عن أنفسهم وعن الآخرين و عن العالم الذي من حولهم . وعليه يلعب المعتقد دورًا مهمًا في تشكيل وإعادة تشكيل السلوكيات وتوجيه عملية صنع القرارات الاجتماعية، الثقافية، السياسية وغيرها، بالاضافة إلى التأثير على التفاعلات الاجتماعية والقيم اليومية التي تنظمها والحكم عليها بالنجاح أو الفشل.

في UVTT ، يدرك افتراض غياب روح المعتقد أن أنظمة القيم والمعتقدات ليست ثابتة ولكنها يمكن أن تخضع لتحولات استجابة للتأثيرات الداخلية والخارجية المختلفة .هناك بعض القضايا الرئيسية التي يجب مراعاتها عند معالجة هذا الافترا،و هي كالأتي:

---

* تركز UVTT في تفسيرها لإنتقالات القيم اللاواعية على فئة الشباب تحديدا وفي سياق البئية الرقمية، نظرا لكونها الفئة الاكثر تمردا على القيم والمعتقدات، بالاضافة إلى كونها الفئة الأكثر ارتباطا بالوسائط الإعلامية الجديدة ومختلف تكنولوجياتها.

الإنتقال القيمي اللاواعي (UVT): مسعى نظري إستكشافي

3-3-1-1- التنافر المعرفي وتغيير المعتقدات: يواجه الأفراد في البيئة الرقمية معلومات أو تجارب تتعارض في كثير من الاحيان مع معتقداتهم الحالية، ما يجعلهم يعانون من عدم الراحة أو التنافر مع معلوماتهم وتجاربهم الحالية (أن كانت لهم تجارب في الاصل). وللحد من هذا التنافر يخضع الأفراد لمحاولة التغيير في المعتقد، واعتماد المعتقدات الجديدة التي يعتبرونها أكثر انسجامًا مع تجاربهم الحالية وتناسقا مع المعلومات الجديدة.

3-3-1-2- التغيير الثقافي والاجتماعي :يمكن للتغييرات المجتمعية والثقافية خاصة منها المرتبطة بالتطورات التكنولوجية، أن تؤدي إلى تحولات في نظام القيم والمعتقدات. فقد تكون هذه التغييرات مدفوعة بالتعرض لأفكار جديدة من خلال محتوى وسائط الإعلام الرقمية، أو بالتقاطعات مع الثقافات المتنوعة التي تمثلها الشبكات الاجتماعية الافتراضية، ما يؤثر على تحولات قوة التأثير في معتقدات الأفراد وتوجهاتهم القيمية.

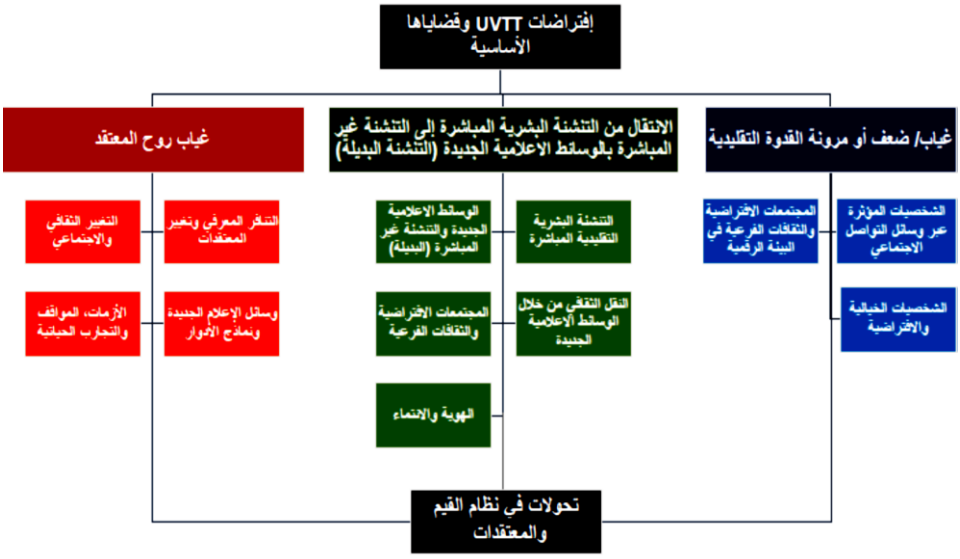
3-3-1-3- دور وسائل الإعلام ونماذج الأدوار :يمكن لوسائط الإعلام الرقمية ونماذجها وقدواتها الجديدة تعريف الأفراد على وجهات نظر وأيديولوجيات وأنماط حياتهم، مما يخلق لديهم تحديات مع معتقداتهم السائدة سابقًا ويساهم في التحول عن نظام المعتقدات لمجتمع الانتماء. كما يُعرض محتوى الوسائط الاجتماعية الرقمية ، وتأثير القدوات الجديدة الأفراد إلى وجهات نظر وقيم متنوعة ، ما يؤدي إلى تبنها واستيعابها جزئيا أو كليا دون وعي.

3-3-1-4- الأزمات، المواقف والتجارب الحياتية: يمكن أن تؤدي تجربة أحداث الحياة الحرجة أو الأزمات أو التجارب التحويلية إلى تحولات في نظام القيم والمعتقدات .قد تدفع هذه الأحداث الأفراد إلى إعادة تقييم وجهات نظرهم واعتماد معتقدات جديدة تقدم المعنى والفهم في أوقات عدم اليقين.

إن فكرة تحولات نظام القيم والمعتقدات جزء لا يتجزأ من البحث حول التغيير الاجتماعي، تطوير الهوية والديناميكيات الثقافية . حيث حدد العلماء كيف يتنقل الأفراد والمجتمعات في فترات الإنتقال وعدم اليقين ، مما يؤدي إلى تغييرات في المعتقدات وأنظمة القيم.

عادل شهيب

مخطط توضيحي للإفتراضات الأساسية لنظرية الإنتقال القيمي اللاواعي



خاتمة

العقل اللاواعي يلعب دورًا حاسمًا في تشكيل أنظمة القيم الفردية والجماعية. فمن خلال تحليل تأثير وسائط الاعلام الجديدة والمحتوى الرقمي، ندرك أن الأفراد قد يتأثرون بمحتوى المادة الاعلامية بصورة غير واعية، مما يؤدي إلى إنتقالات في قيمهم ومعتقداتهم دون أن يكونوا على دراية بهذه الانتقالات. ومن خلال المفاهيم اللتي يطرحها المقترح النظري UVT، كمفهوم القدوة المرنة، التنشئة البديلة وتأثير الوسائط الاعلامية الجديدة، يمكن تحديد العوامل التي تؤثر في تشكيل القيم والمعتقدات وتطوير أنظمة القيم الفردية بصورة واعية. وبالتالي، يمكن للأفراد أن يتحكموا في تأثير محتوى الوسائط الاعلامية الجديدة على أنظمة القيم الفردية الخاصة بهم، ويمكنهم بناء أنظمة قيمية جديدة تتناسب مع التحولات الرقمية الحديثة. وبالنظر إلى التحديات التي تطرحها الوسائط الاعلامية الجديدة والتكنولوجيا الحديثة في المجال الرقمي، أصبح من الضروري تعزيز الوعي بتأثيراتها على أنظمة القيم الفردية والجماعية. ويمكن للأفراد والمجتمعات أن يستفيدوا من فهم أعمق لهذه العملية للحفاظ على استقلاليتهم الفكرية وتماسك قيمهم في وجه التحولات الرقمية .

في الاخير، يمكن للمفترح النظري "الإنتقال القيمي اللاواعي، UVT" أن يسهم في توجيه البحث والتطوير في مجال فهم تأثير الوسائط الاعلامية الجديدة على القيم

والمعتقدات في المجتمعات المعاصرة. وذلك من خلال تطبيق إفتراضاته ومفاهيمه المستخلصة من الواقع العملي، ما يسمح بتطوير استراتيجيات وأدوات لتعزيز الوعي والتحكم الواعي في تأثير الوسائط الاعلامية الجديدة على أنظمة القيم الفردية والجماعية. وبهذا، أوجه الدعوة للباحثين والأكاديمين لطرح المزيد من البحث والتطوير في هذا المقترح النظري، على أمل أن تساهم دراساتهم النظرية وبحوثهم العملية في تعزيز فهمنا لظاهرة الانتقال القيمي اللاواعي، بغعتبارها ظاهرة معقدة تحتاج الى تطوير استراتيجيات فعالة للتعامل مع تحدياتها في العصر الرقمي.

المراجع:

Ajzen, I. F., Martin. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological bulletin, 82*(2), 261- 277, https://bit.ly/247mh267D269.

Aylesworth, A. B. G., Ronald C. Kalra, Ajay. (1999). Effect of archetypal embeds on feelings: An indirect route to affecting attitudes? *Journal of Advertising, 28*(3), 73-81, https://bit.ly/47oa71hi.

Azzi, A. (2021). Avoiding Imperialism: Merging the Global and the Local. *Handbook of Global Media Ethics*, 231-256, https://link-springer-com.sndl231.arn.dz/content/pdf/210.1007/1978-1003-1319-32103-32105_32113.pdf?pdf=core.

Bargh, J. A. M., Ezequiel. (2008). The unconscious mind. *Perspectives on Psychological science, 3*(1), 73-79, https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2440575/.

Bauman, Z. (1996). From pilgrim to tourist–or a short history of identity. *Questions of cultural identity, 1*, 18-36, https://bit.ly/13NlkHoN.

Benbassat, J. (2014). Role modeling in medical education: the importance of a reflective imitation. *Academic Medicine, 89*(4), 550-554, https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4885588/.

Biddle, B. J. (1986). Recent developments in role theory. *Annual review of sociology, 12*(1), 67-92, http://www.ece.ohio-state.edu/~passino/RoleTheory-Biddle-1986.pdf.

Bridges, W. B., Susan. (2019). *Transitions: Making sense of life's changes*: Hachette UK, Copyright © 2019 by William Bridges Associates.

Bridges, W. M., Susan. (2000). Leading transition: A new model for change. *Leader to leader, 16*(3), 30-36, http://crowe-associates.co.uk/wp-content/uploads/2015/2005/WilliamBridgesTransitionandChangeModel.pdf .

Dijksterhuis, A. B., Maarten W. Nordgren, Loran F. Van Baaren, Rick B. (2006). On making the right choice: The deliberation-without-attention effect. *Science, 311*(5763), 1005-1007, http://www1001.psych.purdue.edu/~gfrancis/Classes/PSY1392/Dijksterhuisetal.pdf.

Dijksterhuis, A. N., Loran F. (2006). A theory of unconscious thought. *Perspectives on Psychological science, 1*(2), 95-109.

Galan, G. (2019). *The Function of Role Models in the Identity Development of African American Male Adolescents and Young Adults.* UNDERGRADUATE HONORS PROGRAM, Bridgewater State University , https://vc.bridgew.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1369&context=honors_proj.

Garrison, K. E. H., Ian M. (2017). Not merely experiential: Unconscious thought can be rational. *Frontiers in psychology*, *8*, 1096, https://www.frontiersin.org/articles/1010.3389/fpsyg.2017.01096/full.

Goode, W. J. (1960). A Theory of Role Strain. *American Sociological Review*, *25*(4), 483-496, https://www-jstor-org.sndl481.arn.dz/.

Hamidou, K. (2022). Value Determinism Theory in Mass Communication: Assessment of a New Non-Western Rooting Paradigm for Studying Media Phenomena. *Aleph: Language, media and society*, *9*(4), 15-45, https://aleph.edinum.org/6093.

Harlé, K. M. S., Pradeep. Paulus, Martin P. (2013). The influence of emotions on cognitive control: feelings and beliefs—where do they meet? *Frontiers in human neuroscience*, *7*, 508, https://www.frontiersin.org/articles/510.3389/fnhum.2013.00508/full.

Hofmeister Tóth, Á. S., Léna. (2006). Cultural values in transition. *Society and Economy*, *28*(1), 41-59, https://akjournals.com/view/journals/204/228/201/article-p241.xml.

Huang, G. C. U., Jennifer B. Soto, Daniel. Fujimoto, Kayo. Pentz, Mary Ann. Jordan-Marsh, Maryalice. Valente, Thomas W. (2014). Peer influences: the impact of online and offline friendship networks on adolescent smoking and alcohol use. *Journal of Adolescent Health*, *54*(5), 508-514, https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4694047/.

Hutcheon, P. D. (1972). Value theory: Towards conceptual clarification. *The British Journal of Sociology*, *23*(2), 172-187, https://bit.ly/173qrIj172C.

Jhangiani, R. T., Hammond. (2022). Chapter 4. Attitudes, Behavior, and Persuasion. *In, Principles of Social Psychology-1st International H5P Edition*

(pp. 205-260 . https://opentextbc.ca/socialpsychology/).

Kahne, J. M., Ellen. Lee, Nam-Jin. Feezell, Jessica T. (2012). Youth online activity and exposure to diverse perspectives. *New media & society*, *14*(3), 492-512, http://mail.civicsurvey.org/Exposure_Diverse_Perspectives.pdf.

Karl, J. A. F., Ronald. (2022). Human values and basic philosophical beliefs. *New Ideas in Psychology*, *66*, 100944, https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0732118X22000149 .

Kearney, M. S. L., Phillip B. (2020). Role models, mentors, and media influences. *The Future of Children*, *30*(1), 83-106, https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1262726.pdf.

Kendal, D. R., Christopher M. (2019). Understanding pathways to shifting people's values over time in the context of social–ecological systems. *Sustainability Science*, *14*, 1333-1342, https://www.researchgate.net/publication/329452729_Understanding_pathways_to_shifting_people's_values_over_time_in_the_context_of_social-ecological_systems.

Kihlstrom, J. F. (1987). The cognitive unconscious. *Science, 237*(4821), 1445-1452, https://www.ocf.berkeley.edu/~jfkihlstrom/PDFs/1980s/1987/ScienceCogUncog.pdf.

Kihlstrom, J. F. (2007). Cognition, unconscious processes: Elsevier. Retrieved from, http://www.baars-gage.com/furtherreadinginstructors/Chapter08/Chapter8_Cognitive_Unconscious.pdf.

Kitchens, B. J., Steven L. Gray, Peter. (2020). Understanding Echo Chambers and Filter Bubbles: The Impact of Social Media on Diversification and Partisan Shifts in News Consumption. *MIS quarterly, 44*(4), 1619-1650, https://www.darden.virginia.edu/sites/default/files/inline-files/1605_16371_RA_KitchensJohnsonGray%16320Final_16370.pdf.

Konieczny, P. (2009). *Governance, organization, and democracy on the Internet: The iron law and the evolution of Wikipedia.* Paper presented at the Sociological Forum, Wiley Online Library. Volume 24, 162-192, https://hal.science/hal-01580965/file/article.pdf.

Lindmark, U. B., Pia H. Mårtensson, Jan. Rönning, Helén. ADULT Research Group. Ahlstrand, Inger. Broström, Anders. Fransson, Eleonor I. Fridlund, Bengt. Gunnarsson, Nina. (2019). The use of the concept of transition in different disciplines within health and social welfare: an integrative literature review. *Nursing Open, 6*(3), 664-675, https://onlinelibrary.wiley.com/doi/610.1002/nop1002.1249, بتصرف من الباحث.

Manard, M. C., Delphine. Jaspar, Mathieu. Collette, Fabienne. (2014). Age-related decline in cognitive control: the role of fluid intelligence and processing speed. *BMC neuroscience, 15*(1), 1-16, https://link.springer.com/content/pdf/10.1186/1471-2202-1115-1187.pdf.

Mattiazzi, A. V.-P., Martín. (2021). Is Bauman's "liquid modernity" influencing the way we are doing science? *Journal of General Physiology, 153*(5), e202012803, https://rupress.org/jgp/article-pdf/202012153/202012805/e202012803/201808072/jgp_202012803.pdf.

McGill, M. (2002). How Do We Organize Smooth, Effective Transfer from Paediatric to Adult Diabetes Care? *Hormone research, 57 Suppl 1*, 66-68, https://www.researchgate.net/publication/11390446_How_Do_We_Organize_Smooth_Effective_Transfer_from_Paediatric_to_Adult_Diabetes_Care. doi: 10.1159/000053316

Merriam-Webster. (n.d). Role model. *In Merriam-Webster.com dictionary* Retrieved 10/07, 2022, from https://www.merriam-webster.com/dictionary/role%20model

Merriam-Webster. (Ed.) (n.d.) In Merriam-Webster.com dictionary. https://www.merriam-webster.com/dictionary/transition

Miller, M. K., Clark, J. D., & Jehle, A. (2015). Cognitive dissonance theory (Festinger). *The Blackwell encyclopedia of sociology* (pp. 543-549, https://bit.ly/543OAevu546).

Morgenroth, T. R., Michelle K. Peters, Kim. (2015). The motivational theory of role modeling: How role models influence role aspirants' goals. *Review of general psychology, 19*(4), 465-483,

https://pure.rug.nl/ws/portalfiles/portal/88753130/The_motivational_theory_of_role_modeling_How_role_models.pdf.

Palese, E. (2013). Zygmunt Bauman. Individual and society in the liquid modernity. *SpringerPlus, 2*(1), 1-4, https://link.springer.com/content/pdf/10.1186/2193-1801-1182-1191.pdf.

Pignagnoli, V. S., Roberta. (2021). Introduction: Ephemerality in the digital age—creating, preserving, and sharing practices across media. *Neohelicon, 48*(1), 1-6, https://link.springer.com/article/10.1007/s11059-11021-00591-11050.

Potter, W. J. (2012). Chapter 3: What is a Media Effect? *In Media effects* (pp. 33-49): SAGE Publications, Inc. https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/45690_Chapter_2.pdf.

Ritzer, G. (2007). *The Blackwell encyclopedia of sociology* (Vol. 1479): Blackwell Malden, MA, http://philosociology.com/UPLOADS/_PHILOSOCIOLOGY.ir_Blackwell%20Encyclopedia%20of%20Sociology_George%20Ritzer.pdf.

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* (3 ed.). London: Collier Macmillan Publishing.

Rothkirch, M. O., Morten. Hesselmann, Guido. (2018). Transitions between consciousness and unconsciousness (Vol. 9- Article 20): Frontiers Media SA, https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.00020/full.

Ruthven, I. (2022). An information behavior theory of transitions. *Journal of the Association for Information Science and Technology, 73*(4), 579-593, https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/510.1002/asi.24588.

Schwartz, S. H. B., Wolfgang. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of personality and social psychology, 53*(3), 550-562, https://bit.ly/452IIb551.

Sealy, R. S., Val. (2008). The Importance of Role Models in the Development of Leaders' Professional Identities *Leadership perspectives: Knowledge into action* (pp. 208-222, https://www.researchgate.net/publication/304738507_The_Importance_of_Role_Models_in_the_Development_of_Leaders'_Professional_Identities).

Shanks, D. R. (2006). Complex choices better made unconsciously? *Science, 313*(5788), 760-761.

Stahl, G. (1999). Still'Winning Space?': Updating Subcultural Theory. . *INVISIBLE CULTURE. An electronic journal for visual studies*, 1-38, http://www.rochesteredu/in_visible_culture/issue32/stahl.html.

Traylor, J. O., Laura. Lang, Diana. (2022). Psychodynamic Theory: Freud. *Individual and Family Development, Health, and Well-being*, https://iastate.pressbooks.pub/individualfamilydevelopment/chapter/freuds-psychodynamic-theory/.

Tueanrat, Y. A., E. . (2022). Cognitive Dissonance Theory. In S. Papagiannidis (Ed.), TheoryHub book Online: Edition: https://open. ncl. ac. uk.

Vinik, J. J., Megan. Grusec, Joan E. Farrell, Renee. (2013). Understanding the learning of values using a domains-of-socialization framework. *Journal of Moral Education, 42*(4), 475-493.

Vocabulary.com. (n.d). Role model. *In Vocabulary.com Dictionary.* Retrieved 10/07, 2022, from https://www.vocabulary.com/dictionary/role%20model

Westen, D. (1999). The scientific status of unconscious processes: Is Freud really dead? *Journal of the American Psychoanalytic Association, 47*(4), 1061-

1106, https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1061&type=pdf&doi=e1066e1810652f1810695cdf1810616eec1810658b1810658b1810788ed1810653b1810615b1814939.

White, K. R. K., Dakota. Danek, Rose H. Smith, Brandt. Harben, Charles. (2020). The Resistance to Change-Beliefs Scale: Validation of a new measure of conservative ideology. *Personality and social psychology bulletin*, *46*(1), 20-35, https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0146167219841624.

Winkielman, P. B., Kent C. Wilbarger, Julia L. (2005). Unconscious affective reactions to masked happy versus angry faces influence consumption behavior and judgments of value. *Personality and social psychology bulletin*, *31*(1), 121-135, https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep121&type=pdf&doi=0089982a0089980d3674350dcc0083250f0089982f0089981dab0089986c0798498f.

وسائل الاعلام. مجلة الحكمة عطاله, غ. (2016). الاغتراب القيمي والمخيال الاعلامي: قراءة في تاثيرات للدراسات الاعلامية والإتصالية, 4(4), 105-190, https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/280/104/104/8003.