

ممارسة حرية التعبير عبر منصة يوتوب " You tube وانعكاساتها على صعود "الزعة الفردية"
دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي المنصة في ولاية - بسكرة-

**The exercise of freedom of expression across the YouTube platform and its
implications for the rise of individualism
A field study on a sample of platform users in Biskra**

عائشة نايت صغير

جامعة محمد خيضر_بسكرة

aichanaitseghir7@gmail.com

سامية جفال

جامعة محمد خيضر_بسكرة

djeffalsamia77@gmail.com

تاريخ النشر : 2021/06/20

تاريخ القبول: 2021/06/13

تاريخ الاستلام: 2019/11/24

ملخص :

يستهدف هذا البحث تسليط الضوء على ممارسة حرية التعبير من قبل مستخدمي منصة يوتوب، عبر المساهمة في إنتاج محتوى سمعي بصري وتعميمه، وهو ما يندرج ضمن مفهوم المحتوى المعمم من قبل المستخدم UGC، وانعكاسات هذا النشاط التفاعلي على بروز الزعة الفردية التي تتجلى أساسا في سرد الذات، وتسويق المحتوى بوصفه جزء لا يتجزأ من حياتهم اليومية "المهنية كانت أم الشخصية.

وقد خلص البحث إلى أنّ هذا النمط من المساهمة في إنتاج المحتوى يعمل على تعميق الهوية بين صورة الذات كما هي في الواقع وصورتها كما هي مستعرضة وممشهدة في الفيديو الذي لا يظهر سوى ما يريد اليوتوبور إظهاره، فبناء الهوية الشخصية الواقعية بات لا ينفصل عن ملامح الهوية الافتراضية الساعية لبلوغ ما لم تحققه في الواقع نتيجة عديد الإكراهات الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية : اليوتوب، الزعة الفردية، حرية التعبير والرأي، هوية الفرد الشخصية

المؤلف المرسل : عائشة نايت صغير

Abstract :

This research aims to shed light on the practice of users of YouTube platform for freedom of expression and opinion by contributing to the production and dissemination of audiovisual content, which falls within the concept of generalized content by the user UGC, and the implications of this interactive activity on the emergence of the individual tendency of these users, which is reflected mainly in public appearances in Video and content marketing as an integral part of their daily lives' professional or personal.

The research concluded that this type of contribution to the production of content deepens the gap between self-image as it is in reality and its image as it is reviewed and seen in the video, which shows only what Alutobor wants to show, the building of personal identity realism is inseparable from the features of virtual identity Seeking to achieve what they have not actually achieved as a result of many social constraints.

Keywords: YouTube, individualism, virtual social networks, freedom of opinion and expression.

1. مقدمة:

أضحت الشبكات الاجتماعية الافتراضية رديفا لممارسة جملة من الحقوق والحريات الشخصية التي عرفت إشكاليات عديدة في واقع الحياة السياسية والاجتماعية خاصّة في المجتمعات غير الديمقراطية، وأبرز هذه الحقوق هي: حرية الرأي والتعبير. لقد عملت هذه الشبكات على ربط استخدام الأفراد لها بغاية تقتزن أساسا بممارسة حرية الرأي والنشر، والظهور أمام الملأ الافتراضي بغرض الإعلان عن الأفكار والإشهار باتجاهات وأراء وميولات واهتمامات المستخدمين. في هذا الإطار تعتبر هذه الشبكات فضاء عموميا بالمفهوم الأردني (من حنة أرندت) التي ترى بأن الفضاء العام هو ذلك الحيز الذي يسمح للأفراد بالظهور والإعلان عن أفكارهم بخصوص مسألة ما، حيث يمكن النظر إلى منصة يوتيوب انطلاقا من هذا المقرب بوصفها ساحة أي أغورا بالمفهوم اليوناني للكلمة، أين يمكن لمن له الرغبة في البروز أمام العموم الافتراضي والتعبير بشكل لا تحكمه اكرهات اجتماعية تحدّد من ممارسة الأفراد لحقهم الطبيعي في التعبير عمّا يشكّل موضوعا ذا أهمية بالنسبة لهم. غير أنّ الملاحظ على هذه الساحة أي اليوتيوب بماهي شبكة اجتماعية ومنصة لإنتاج المحتوى يدفعنا للتفكير في علاقة البروز على هذه المنصة في شكل فيديوهات بتمثّل الفرد لذاته كذات افتراضية وليست واقعية تحكمها العديد من المحددات السوسيوثقافية التي من شأنها التأثير على طريقة الظهور

والهدف منه ،وكذا كيفية بناء الهوية الافتراضية للذات الفاعلة في إطار تفاعلها مع من يشكلون شبكة العلاقات الافتراضية وهم المتابعون والمشاركون والمشاركون لهذا المحتوى .وهو ما أدى بالكثير من الباحثين إلى اعتبار الشبكات الافتراضية بمثابة فضاءات بديلة لتشكيل ذوات الأفراد عبر استعارتهم لهويات افتراضية ، وإظهار ما يريدون إظهاره ، وهو ما يدفع بالمستخدمين إلى التماهي مع الوسيط قصد البحث عن سبل بناء لفرديتهم التي لم تختبرها أية تجربة واقعية. تطلعنا الأرقام بأنّ المحتوى الذي ينتجه المستخدمون لمنصة يوتوب وصل إلى

20,600,000. مشترك في 2019 (STATCOUNTER, 2019) وفي الجزائر بلغ عدد مستخدمي المنصة

حسب موقع social media stats من أوت 2018 إلى أوت 2019 ما نسبته 45.25 % قبل أن تراجع في أكتوبر 2019 ل 36,50 (socialblade, 2019). وقد بلغ عدد القنوات التي أنشأها

المستخدمون في الجزائر في نفس الفترة إلى 35 % مع تباين طبيعة المحتوى والهدف منه .فهذه القنوات تسمح للفرد بالظهور والبروز عن طريق ما يقدمه للمتابع والمشارك في القناة من مادة سمعية بصرية تتيح له بناء علاقة مع صاحب القناة نفسه كما يتسنى لهذا الأخير إدارة هويته الافتراضية وتعديلها وإعادة تشكيلها بناء على فعل التفاعل مع البصمات التي يتركها المعلقون في خانات التعليق.

استنادا إلى إمكانية الظهور الشخصي في القنوات ، والتفاعل مع المحتوى بما فيه شخصية المدون على اليوتوب ، تتطلع هذه الدراسة إلى بحث انعكاسات ممارسة حرية التعبير والرأي على صعود النزعة الفردية للمدونين الذين يسعون لتحقيق فرديتهم دون المرور عبر تجربة اجتماعية واقعية .حيث تصبح الشخصية الافتراضية هي السبيل لتجسيد ذواتهم وتحررهم واستقلاليتهم بصرف النظر عمّا يفعله هؤلاء في واقع حياتهم الفعلية.

وعليه فإنّ اشكاليتنا تمحور حول التساؤل الرئيسي التالي:كيف تنعكس ممارسة حرية التعبير

والرأي على منصة يوتوب على صعود النزعة الفردية لدى المدونين؟

يندرج تحت السؤال الرئيسي عدد من الأسئلة الفرعية :

- (1) ما هي وتيرة إيقاع بث المدون للمحتوى على منصة يوتوب؟
- (2) ما هي دوافع إنشاء المحتوى عبر قنوات اليوتوب ؟
- (3) أين يصوّر المدونون فيديوهاتهم التي ينشرونها على منصة يوتوب؟
- (4) هل يقوم المدون بتشبيك قناته ؟

- (5) هل حقق المدونون على اليوتيوب شعبية من خلال ما يبثونه على قنواتهم؟
(6) هل يظهر المدونون في الفيديوهات التي يصوّرونها؟

2. أهداف الدراسة: نسعى من خلال هذا البحث إلى :

_ فهم انعكاسات ممارسة حرية التعبير والرأي على منصة يوتيوب بصعود النزعة الفردية التي تتجلى أساسا في الرغبة في تحقيق الذات عبر ما ينتجه المدونون من محتوى بمختلف فئاته .

_ معرفة علاقة الظهور العلني للمدون بتشكيل الذات الافتراضية له.

_ الكشف عن أهم ما يميّز المحتوى التي ينتجه المدون بوصفه محتوى فردي

_ استطلاع انعكاس نشاط المدون الفردي على تمثله لذاته في حياته اليومية؟

3. أهمية الدراسة :

تتجلى أهمية الدراسة في كونها تبحث إحدى الإشكاليات ذات الصلة بممارسة الفرد لحرية التعبير والرأي على منصة يوتيوب وعلاقتها ب بروز النزعة الفردية التي تركزها الشبكات الاجتماعية وبخاصة المنصات التي تتيح إنتاج وتعمم المحتوى السمعي البصري .حيث يصعب النظر اليوم إلى الوسائط الذاتية الجماهيرية بمعزل عن تمثّل الذات المستخدمة لها ،وبعيدا عن مقصد إعادة بناء الذات بما تتيحه هذه المنصات من إمكانات للتفاعل مع الآخر.

4. منهجية الدراسة وإجراءاتها :

5. نوع الدراسة :انطلاقا من الهدف الذي يسعى البحث بلوغه ،تندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية التي تستهدف توصيف الظاهرة من خلال جمع ما يتيح الميدان قيد الملاحظة من بيانات ذات دلالة علمية بالنسبة للباحث ،كما ترمي هذه البحوث إلى تحليل العلاقات القائمة بين متغيرات الظاهرة المدروسة ،والكشف عن مختلف الدلالات التي تقف خلف المعطيات محل التحليل.في هذه الدراسة نحاول بحث انعكاس ممارسة حرية التعبير والرأي التي تتمثّل في إنشاء قنوات على منصة يوتيوب ومن ثمّ توظيفها لإطلاق محتوى ينتجه المدون شخصا ولأغراض تخصّه.حيث تبرز أماننا ظاهرة إنشاء المحتوى عبر القناة ظاهرة متفرّدة في المجتمع الجزائري ذلك أنّها تكشف علاقة الفرد بالمجتمع من خلاله ما يقوم به في هذا الفضاء الافتراضي .

6. منهج الدراسة: اقتضى البحث الاشتغال وفق خطوات منهج المسح بالعيّنة، إذ يعدّ الأنسب لخدمة غرض البحث حيث يتيح لنا التعامل مع العيّنة محل الاستقصاء من خلال استمارة الاستبيان ويوجّه الباحث لأهم إجراء تطبيقي وهو ملاحظة تعامل المبحوثين مع الأسئلة والتدخل لإرشادهم بما يخدم هدف البحث، وهو ما يسمى بالاستمارة الموجهة.

7. مجتمع الدراسة وعيّنتها :

1.7 مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع البحث الكلي في المدونين على منصة اليوتيوب youtubeur أي تلك الفئة التي تمارس حرية التعبير والرأي عبر إنتاج فيديوهات ونشرها في قناة خاصة بهم. ويمكن أن ينتهي لهذا المجتمع كل من له قناة شخصية على المنصة ويعمل على إطلاق محتوى سمعي بصري بشكل مستمر، أو على فترات متباعدة.

2.7 عينة الدراسة :

نظرا لأنّ مجتمع البحث لا يمكن حصره ولا يمكن الوصول إليه بأي حال سيّما وأنّه من الصعب التعامل مع منتجي المحتوى والحديث إليهم حتى مع توفر معلومات عنهم على المنصة، ارتأينا انتهاز طريقة المعاينة واختيار عيّنة قصدية تتمثل في المدونين في ولاية بسكرة الذين ينشطون في مجالات عدة ولديهم قنوات شخصية، كما استعنا بعينة كرة الثلج من ناحية أخرى حيث اضطررنا للعمل وفق هذه الطريقة في الوصول للمدونين بسبب عدم القدرة على التواصل معهم بشكل مباشر إلاّ عن طريق معرفهم الذين غالبا ما تجمع بينهم معرفة شخصية أو صداقة .

أمّا عن خصائص عينة البحث التي اشتملت على 100 مفردة أي 100 مدون على قناة يوتيوب في ولاية بسكرة ، غير أنّ هذا العدد من المدونين ليس نشط بشكل دائم . منهم من يطلق المحتوى بشكل متقطع ، أي مرة كل شهر ، ومنهم من يطلق فيديوهات مرة كل خمسة عشر يوم ، ومنهم من فتح القناة ومن ثمّ لم يعد لاستخدامها قط. تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 25 سنة ومن 25 إلى 30 سنة . وهي الفئة الأكثر اهتماما بإنتاج المحتوى بالجزائر حسب دراسة أجراها موقع Socialbakers ، أما بالنسبة لنوع العينة فقد وجدنا أنّ فئة الإناث أكثر اهتماما بهذا النمط من النشاط فكان عدد الإناث 75 ، في حين الذكور لم يتجاوز 15.

8. أدوات جمع البيانات :

تطلب البحث الاعتماد على استمارة الاستبيان قصد جمع البيانات الخاصة بأنماط إنشاء المحتوى على اليوتوب ومعرفة طبيعة المواضيع التي يهتم بها اليوتوبور في بسكرة، فضلا عن الكشف عن غايات المدون من إطلاق المحتوى والعمل على تعميمه. حيث قمنا بتوزيع الاستمارة عبر حسابات المدونين على الفيسبوك من ناحية لصعوبة لقاءهم وجها لوجه، ومنهم من ناولناهم الاستمارة بشكل مباشر وهي فئة قليلة وصل عددهم إلى 20 مدون يوتوبوي. بينما تمّ استرداد 30 استمارة فقط ممّا تمّ إرساله عبر تطبيق الدردشة الفورية "المنسجر" بينما لم يتم التعامل مع بقية الاستمارات بجدية من قبل المدونين قيد البحث. فكانت المحصلة أن جمعنا 50 استمارة من أصل 90 مدون .

9. مجالات الدراسة :

1.9 المجال المكاني :

قمنا بتوزيع الاستمارة على المدونين الذي تسنى لنا لقاءهم في جامعة محمد خيضر –بسكرة- وعددهم عشرين مدون، أمّا بقية المدونين الذين وافقوا على التعامل مع البحث لكن افتراضيا فحسب، فاضطررنا إلى التواصل معهم عبر المنسجر، وإمدادهم باستمارة الاستبيان .

2.9 المجال الزمني :

تمّ إنجاز هذه الدراسة في الفترة ما بين شهر سبتمبر وشهر أكتوبر 2019. أي مباشرة بعد الدخول الجامعي لهذا الموسم.

3.9 المجال البشري: ويتمثل في المدونون على منصة يوتوب من المجتمع البسكري، وقد تراءى لنا أنّ العدد وصل في البداية إلى مائة مفردة لكن وجدنا صعوبة في الوصول إليهم، لينزل العدد إلى خمسين مدوّن.

10. الجانب التطبيقي للبحث: التحليل الكمي والكيفي لنتائج استمارة الاستبيان

جدول 1: وتيرة بث المدون للمحتوى على منصة يوتوب حسب متغيّر السن

المجموع الكلي		من 30_25		من 25_20		المتغير الاحتمال
النسبة	التكرار		التكرار النسبة	النسبة	التكرار	
						عدد مرات بث فيديوهات على المنصة
22%	11	12%	06		05	مرة واحدة في الأسبوع
					10%	
10%	5	2%	01		04	مرتين في الأسبوع
					8%	
16%	8	4%	03		05	مرة في الشهر
					10%	
2%	1	0%	00		01	أكثر من مرة شهريا
					2%	
50%	25	80%	40		35	أحيانا فقط
					70%	
100%	50	100%	50	100%	50	المجموع

يعدّ مؤشر الوتيرة من أهم المؤشرات التي تقيس مدى اندماج التقنية الاتصالية في حياة الأفراد اليومية، وهي تعبّر عن مدى تكيّفهم وتمثّلهم للوسيط الاتصالي على غرار منصة يوتيوب. فالإحصائيات التي يظهرها الجدول أعلاه تبيّن أنّ وتيرة استخدام اليوتيوب بوصفه قناة لبث المحتوى وليس كشاشة للمشاهدة تدلّ على أنّ بث المحتوى يكون أحيانا فقط، وذلك بنسبة متقاربة بين الفئتين العمريتين حيث بلغت النسبة بخصوص فئة 25_20 70 % بينما فئة 30_25 بلغت نسبة بثها للفيديوهات 80 %، هذا وقد أبانت نسب بث المحتوى مرة في الأسبوع بشكل متقارب بين الفئتين عن 10 % و 12% على التوالي، وهي نسب تدلّ أن ممارسة حرية التعبير عبر التدوين الفيديوي بالنسبة لعينة الدراسة لا يعدّ ممارسة يومية متكررة. وهذا ما أفصحت عنه نسب بث الفيديوهات التي تتطلّب عملا منظما وكذا مهارات عالية في التحكم في منصة اليوتيوب، وعادات وأنماط تجعل من المدون "صديقا" مقرّبا لمتابعيه، ويرجع سبب تعامل المدونين مع مسألة إنشاء المحتوى السلمي البصري بوتيرة بطيئة جدا، تكاد لا تظهر

بالقياس إلى معيار مساهمة المستخدم في إنتاج المحتوى وفق مفهوم UGC الذي يراد منه أن يكون المحتوى أصيلا و غير مهني ومعما أي تتم مشاركته عبر مختلف الشبكات، إلى تمثل المنصة بوصفها موقع لمشاهدة الفيديو أكثر من كونها شبكة لإنتاج المضمون وتقاسمه مع المتابعين والمعجبين fans، إذ أنّ ممارسة حرية التعبير على منصة يوتيوب تتطلب تحكما وتملكا appropriation (Manovitch, pp. 319-331) للقناة، بما يعني التزاما عمليا، وتحقيقا للذات عبر إنتاج شخصي للفيديو، وإبداء الرأي حول الموضوعات محل التدوين. كما أنّ تمثّل مفهوم الفردية يرتبط بالدرجة الأولى بالتنشئة الاجتماعية أكثر مما هو معطى تقني، وهو الأمر الذي يدفعنا للحدّث عن فردية افتراضية تبحث عن الذات بواسطة التعبير عنها من الحين إلى الآخر فحسب.

الجدول (2) دوافع إنشاء المحتوى عبر قناة على اليوتيوب حسب متغيّر النوع .

المجموع الكلي		انثى		ذكر		المتغير الاحتمال
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%20	%10	%34	17	%30	15	قصد مشاركة المحتوى مع متابعي القناة
%06	%30	%40	20	%20	10	بناء علاقات اجتماعية افتراضية
%36	%18	%06	3	26	13	تحقيق الشهرة
%36	%18	%16	08	%20	10	جمع أكبر عدد من المتابعين
%2	%01	%04	02	%4	02	اتخاذ القناة مصدرا للعمل
%100	%77	%100	50	%100	50	المجموع

ملاحظة: اقترح على المبحوثين اختيار أكثر من احتمال بخصوص هذا السؤال .

تظهر الإحصائيات بخصوص دوافع ممارسة حرية التعبير عبر اليوتيوب فرقا بين الذكور والإناث بخصوص مقاصد الاستخدام، حيث نجد الذكور يبنون المحتوى بغرض مشاركة

محتواهم مع المتابعين بنسبة 30 % وهي أقل من نسبة الإناث التي بلغت 34 % فالغرض الأول بالنسبة لكلا النوعين هو تحقيق نسبة مشاهدة من قبل المتابعين ، وهو الأمر الذي يؤثر على طبيعة المحتوى الذي ينتجه المدون على المنصة.

إنّ اختيار موضوع الفيديو يقتضي مراعاة الجمهور المتابع وحاجاته الاتصالية والاستهلاكية للمحتوى .فالملاحظ على هدف ممارسة حرية التعبير عبر إنشاء محتوى فيديوي عبر اليوتوب بوصفها شبكة يرتبط بحسب ما بيّنته الإحصائيات ببناء علاقات اجتماعية افتراضية ، إذ تتفاوت النسب بين الذكور والإناث بمعدل 10 % لصالح الإناث .ويدفعنا هذا إلى التفكير في فضاءات حرية التعبير بالنسبة لكلا من الذكور والإناث في المجتمع البشري الذي يتسم بالمحافظة الشديدة وبقلة أو ندرة الفضاءات الخاصة بالمرأة للتواصل مع بني جنسها أو الجنس الأخر ، ماعدا أماكن العمل أو الدراسة ، أو الأماكن العمومية التي غالبا ما تكون مخصصة للتعامل الرسمي وليس إلى التواصل اليومي الشخصي.فالعلاقات الافتراضية التي تتاح عبر التعليقات وعبر تشبيك القناة تسمح للمدون بالانفتاح على الأخر من خلال الحديث حول موضوع القناة أو التفاعل مع الردود بطرق يختارها المدون نفسه.

غير أنّ الملفت للانتباه هو أنّ هذه العلاقات ليس غرضها التواصل والتحاوّر بقدر ما تهدف حسب ما يطرحه الجدول أعلاه إلى تحقيق الشهرة أي إلى التعريف بالذات بوصفها ذاتا لها من التميّز والخصوصية ما يجعلها شخصية معروفة ومتفرّدة مقارنة بالآخرين ؟!

إنّ بناء الذات الفردية في العالم الافتراضي لا يستند إلى تجربة واقعية ، ولا إلى تنشئة اجتماعية تتعلّق بكيفية تحقيق الذات وتجسيد مبدأ تفرّدها عن غيرها في هذا العالم الذي يجهل الكل فيه الكل.فهو لا يعكس سوى ما نريده أن يظهر.ومن ثمّة يساعد على تنمية جانب الشخصية الفردية الذي لم يظهر في الواقع نظرا لضغط المعايير والاكراهات الاجتماعية. إذ نكون أمام فردية انتقائية ، نرجسية ، ومتعالية على واقعيتها الفعلية .

الجدول (3):أمكنة تصوير الفيديو حسب متغيّر النوع .

المجموع الكلي		انثى		ذكر		المتغير الاحتمال
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%14	07	%00	00	%10	07	استديو خاص بالتصوير
%04	02	%04	02	%00	00	مكان العمل
%14	07	%14	05	%00	00	الغرفة الشخصية
%22	11	%22	11	%00	00	المطبخ
%46	23	%20	10	%30	13	الشارع
%100	50	%60	30	%40	20	المجموع

يحول مؤشر الأماكن التي يتمّ التصوير فيها على أهم ما يعبرّ على فردية المدون، فالمكان هو الجانب الأخر الخفي الذي يكشف على علاقة الفرد بذاته وبالجماعة التي ينتمي إليها عموماً. في هذه الدراسة، بيّنت أنّ أماكن تصوير الفيديوهات هي الشارع بشأن الذكور بنسبة 26 %، والمطبخ بخصوص الإناث بنسبة بلغت 22 %، حيث يعدّ الشارع المكان الذي يتواجد فيه الذكور على أغلب تقدير، والمطبخ هو المكان المحبب إلى معظم الإناث، طبعاً مع الاحتفاظ بنسبية هذا التفسير، لأنّ التنشئة الاجتماعية في المجتمع البشري تحديداً لا تخرج عن توزيع الأدوار بشكل يدفع المرأة للمكوث في البيت حتى وإن كانت امرأة عاملة وذات استقلالية مالية. ذلك أنّ غياب الأماكن الترفيهية والأماكن العمومية التي تلجأ إليها المرأة للتسلية والعلم وممارسة أنشطة محببة إليها كالرياضة محدودة جداً /وهنا نشير إلى أنّ المسرح الذي يعد فضاء عموماً لا يمكن للمرأة دخوله إلا بصحبة مرافق (زوج، أخ، أب) نظراً لأنّ الأنشطة لا تنظّم إلا ليلاً، والليل فضاء زمني لا يخص النساء!! خارج حدود بيوتهم. فهذه الأماكن تفسر لنا سعي كلا النوعين لتحقيق فرديته لكن في حدود ما تسمح به الثقافة والمعايير الاجتماعية (De-Aguilera-Moyano, Castro-Higueras, & Pérez-Ruf, 2018).

فحرية التعبير الافتراضية لا تتحقق إلا في إطار

شروط إنتاجه الاجتماعي الواقعي.

الجدول رقم(4): تشبيك المدون لقناته حسب متغيّر السن .

المجموع الكلي		من 30_25		من 25_20		المتغير الاحتمال
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%34	17	%50	25	%40	20	نعم
%66	33	%50	25	%60	30	لا
%100	50	%100	50	%100	50	المجموع

إنّ ظاهرة التشبيك Networking هي إحدى أهم خصائص المحتوى الذي يعممه المستخدم والتي تعرف بـ UGC حيث يسمح التشبيك بسهولة التشارك والتقسام بين أعضاء الشبكة الاجتماعية الواحدة، وهو ما يضمن استهلاكاً للمحتوى على نطاق واسع، ويعمل على تحقيق شعبية المضمون وينشئ فئة متابعين جدد. وعليه فإنّ نسبة 40% من المبحوثين من الفئة العمرية 25_20 أجابوا بنعم بخصوص ربط قنواتهم بشبكات اجتماعية أخرى في الوقت الذي أجابت فئة المبحوثين التي تتراوح أعمارهم ما بين 30_25 بلا وذلك بنسبة بلغت 33%. حيث تطلعنا الدراسات الخاصة باليوتوب (Raul Rodriguez_Ferandiz, Victoria Tur_venis, Kiko Mora Contreras, 2016) أنّ القنوات ذات التشبيك المتعدد تحقق شعبية كبيرة قياساً إلى تلك التي لا تعتمد على عامل التشبيك بسبب عدم تعميم المحتوى.

جدول (5): شعبية القناة من شعبية المدون .

المجموع الكلي		أنثى		ذكر		المتغير الاحتمال
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%6	03	%06	03	%12	06	مشاركة الفيديو من قبل المتابعين
%44	22	%58	29	%40	20	التعليق على الفيديوهات غالباً
%08	04	%02	01	%06	03	التعليق على الفيديوهات نادراً

الطلب من المدون إنشاء فيديوهات جديدة	02	%04	05	%10	02
التفاعل مع الفيديوهات عبر الإعجاب أو عدمه	10	%20	15	%30	15
التعليق على الفيديوهات على الشبكات الأخرى	09	%18	05	%10	04
المجموع	50	%100	50	%100	50

نسجل في الجدول أعلاه نسبة 58% عند الإناث بشأن التعليق على الفيديو كمؤشر للتفاعل مع المحتوى، بينما بلغت نسبة مشاركة الفيديو عند فئة الذكور 12% سيّما الفيديوهات التي أنشأها أصحابها بشأن تغطية أحداث التظاهرات السلمية التي تندرج ضمن مابات يعرف بالحراك السلمي كلّ جمعة في ولاية بسكرة، حيث نجد أنّ المرأة لا تخرج في هذه المسيرات إلا ما ندر، فهي تظاهرات رجالية بامتياز إذ يتسنى للمستخدمين من الذكور تصوير كلّ ما يحصل خلال المسيرات وبثّه في قناتهم التي غالبا ما تنشأ خصيصا لهذا الغرض وتبث على اليوتيوب والفيس بوك. بينما نجد أنّ نسبة التفاعل مع المحتوى التي تعرضه الإناث يكون عبر ترك علامة الإعجاب من عدمه حيث بلغت 30%. ويرجع السبب حسب دراسة سابقة (Roquette, 2008) في هذا المضمار إلى أنّ المعجبين بالمحتوى لا يتركون تعليقا إلا إذا تعرّفوا على ذات المدون وصورته الحقيقية، فالتعليق غالبا ما يخصّ الشخص قبل المحتوى، ثمّ يتمّ الانتقال الى المحتوى. ذلك أنّ أول غرض لمشاهدة الفيديوهات حسب نفس الدراسة هو التواصل والتعامل مع المدون نفسه وليس استهلاك المحتوى فحسب. لهذا فإنّ شعبية القناة تقاس بمدى شعبية المدون، وظهور هذا الأخير خاصّة في بعض الموضوعات التي تندرج ضمن فئة How to أي كيف تفعل بعض الأمور. مثل أو كيفية التحضير للحديث أمام الملأ.

جدول (6): الظهور الشخصي في الفيديو حسب متغير النوع.

المجموع الكلي		أنثى		ذكر		المتغير الاحتمال
النسبة	التكرار	النسبة		النسبة	التكرار	
%30	15	%00	00	%75	15	نعم
%70	35	%100	30	%25	05	لا
%100	50	%100	30	%100	20	المجموع

يظهر الجدول أعلاه أنّ نسبة الظهور في الفيديو ترتفع عند الذكور منها عند الإناث ، حيث 75 % بلغت ، بينما الظهور في الفيديو عند الإناث لم يسجّل أية نسبة . وعلى الرغم من أنّ فئة الإناث تتخذ من منصة يوتيوب مساحة لممارسة حرية التعبير حول عدة مواضيع ، أبرزها الطبخ ، والتجميل ، والتعليم ، غير أنّ هذه الحرية لم تسمح لهن بالظهور علنا أمام المألّ الافتراضي عبر الكشف عن هويتهن الواقعية ، فكل ما يعرضه من محتوى خاصة ما تعلق بقنوات الطبخ ، لا يبرز شخصية المدونة ، وتكتفي هذه الأخيرة بالتعليق الصوتي على المحتوى ، كما تختار اسما لقناتها يعبر عن مكانتها الاجتماعية بوصفها أما لأحد الأبناء الذي يحمل اسم القناة مضافا له لفظ أم فلان على غرار "قناة أم مرام" . وهنا تبدو لنا فردية المدون على اليوتيوب عاكسة لواقع حال المجتمع البسكري نفسه . فرغم الإنجاز الت يقمن به النساء في البيئة الافتراضية إلا أنّ ذلك لا يمنح لهن حق الكشف عن انفسهن بوصفهن ذوات مستقلّات ويمتلكن حرية التعبير عن الرأي . فالبروز والانكشاف أمام المألّ الواقعي كما الافتراضي يعبر عن سيادة الذات المستقلة والتي تمارس حق التعبير عنها بشكل جليّ ، وهذا ما لا تسمح به الأعراف الاجتماعية في المنطقة من ناحية ، ولا تقوم به الفتاة من ناحية أخرى خشية ما بات يعرف بالتمنّر *

11. نتائج الدراسة : خلاصنا في نهاية الدراسة إلى عدد من النتائج هي:

_ يساعد اليوتيوب على تنمية جانب الشخصية الفردية الذي لم يظهر في الواقع نظرا لضغط المعايير والاكراهات الاجتماعية . إذ نكون أمام فردية انتقائية ، نرجسية ، ومتعالية على واقعيتها الفعلية .

_ لا تمثل ممارسة حرية التعبير عبر إنشاء المحتوى نشاطا يوميا ممّا يجعله يندمج ضمن الحياة اليومية الروتينية للفرد المبحوث ، وإنّما لاتزال عبارة عن نشاط هاوي يمارس من وقت لآخر .

_ يعدّ التدوين عبر منصة اليوتوب إحدى أهم الممارسات المعبّرة عن حرية التعبير في المجتمع البشري لكن وفق معايير اجتماعية محددة .
_ من أبرز دوافع التدوين لدى المبحوثين هي بناء علاقات افتراضية وكذا تحقيق نسبة متابعة من قبل المشتركين .
_ ينعدم لدى المبحوثين دافع اتخاذ منصة يوتوب كمنصة للعمل وبيع المال ، وذلك لأنّ هذه الوظيفة تتطلب الكثير من المهارات التقنية والاستمرارية في إنتاج المحتوى .
_ لا يظهر الإناث هوياتهم الحقيقية على القناة، فهن ينشئن المحتوى وفقا لمعايير جماعة الانتماء الاجتماعية التي غالبا ما تكون الأسرة ،فردية الإناث التي يكشف الظهور العلني عن جانب منها لا يمكن تجسيدها إلاّ بموافقة الأسرة ،وبالتوافق مع القيم والمعايير الاجتماعية في المجتمع البشري.سيّما بالنسبة للفتيات الشابات التي تقع أعمارهن ما بين 25_30 .
_ ترتبط الفردية لدى المدونين بتمثلهم لمنصة اليوتوب وبمدى تملكهم لها.

12. الخاتمة :

يبدو أنّ مسألة حرية التعبير وأشكالها المتعددة ذات الصلة بالبعد السياسي والثقافي والاجتماعي باتت تطرح اليوم بعدا آخر وهو المتعلّق بالتقنية الاتصالية الفردية الجماهيرية وبالشبكات الاجتماعية الافتراضية ،حيث على الرغم من كون العديد من المنظمات الدولية تطالب بضمان الحقوق و الحريات الرقمية على غرار freedom house إلاّ أنّ ذلك لا يعكس جدلية العلاقة بين الفرد والمجتمع والوسيط الرقمي ،التي تتراءى لنا أكثر تعقيدا إذا ما بحثنا إشكالية الاستخدام الاجتماعي لليوتوب وعلاقته بتحقيق الفردية ،وهو ما يثير أمامنا مسائل استشكالية عديدة نذكر منها مما أنتهينا إليه في هذه الدراسة :مافهوم الفرد والفردية في المجتمع الجزائري؟وماهي السياقات الوطنية التي تشكّل فيها المفهوم وتمفصلاته الدولية؟ وكيف نفهم انعكاس اقتصاد الويب 2.0على إعادة صياغة المفهوم والدفع نحو ظهور ممارسات جديدة له؟

13. المراجع والهوامش :

- 1) <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/algeria> 2019/11/10، تاريخ الزيارة،
على الساعة 22:00
- 2) <https://socialblade.com/youtube/realtime> 11:00 الساعة 2019/11/11 تاريخ الزيارة:
- 3) lev Manovitch: « the practice of every day (media)life,from mass consumption to culturel product ,critical Inquiry 319-331.doi:10.1086/596645 .
- 4) De-Aguilera-Moyano, Miguel; Castro-Higueras, Antonio; Pérez-Ruf, José-Patricio (2018). “Between broadcast yourself and broadcast whatever: YouTube’s homepage as a synthesis of its business strategy”. El profesional de la información, v. 28, n. 2, e280206.
- 5) <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.06>.
- 6) Raul Rodriguez_Ferandiz,Victoria Tur_venis,Kiko Mora Contreras ,The Tube on YouTube: TV Series, Media Strategies, and User Tactics in a Transmedia Environment, International Journal of Communication 10(2016), 1991–2013 pp 1_23.P2.
- 7) Sébastien Roquette ,les blogs «extimes» :analyse sociologique de l’interactivité des blogs, tic & société,13 octobre 2008.pp 109_134

* التنمر هو استغلال الإنترنت والتقنيات المتعلقة به بهدف إيذاء أشخاص آخرين بطريقة متعمدة ومتكررة وعدائية. نظرًا لأن هذه الوسيلة أصبحت شائعة في المجتمع خاصة بين فئة الشباب.