

سيكولوجيا الأنساق القيمية في الفضاء العمومي الافتراضي

قراءة نقدية في إعادة إنتاج المفاهيم

The sociology of value systems in a virtual public space

Critical reading in reproducing concepts

مراد ميلود¹، الطيب البار²

¹ جامعة العربي التبسي - تبسة (الجزائر)، Aklam-tayeb@hotmail.fr

² جامعة باتنة1 الحاج لخضر- باتنة (الجزائر)، mourad.miloud@univ-batna.dz

تاريخ القبول: 2021/06/21

تاريخ الإرسال: 2021/05/10

ملخص:

تلعب القيم الاجتماعية دوراً مهماً ومؤثراً داخل أي مجتمع، فمن خلالها تتشكل شخصية الفرد وتكون آرائه وأفكاره واهتماماته، كما أنها تحكم أفعاله وعلاقته بباقي أفراد المجتمع ضمن تفاعل يسوقه الفعل التواصلية وأنماط تشكل العادات وذلك يحقق وحدة وتماسك المجتمع. وتشير القيم الاجتماعية بأنها نتاج خبرات اجتماعية يعتبرها المجتمع مرغوباً فيها، الشاهد أن هذه الخبرات تدخلت فيها ملامح العصر الرقمي وتغيرت وتحولت مفاهيم التواصل فيها لتعاطم استخدام الميديا الجديدة ولحضور واقع افتراضي تغذيه تقنيات الاتصال الحديثة، أن سوء النفاذ إلى الفضاء الافتراضي واستخدام مضامينها يؤدي إلى إهدار القيم أو تحييدها، بل إلى إضعاف الحساسية والاستحياء تجاه الممنوعات الثقافية كما إضعاف دور قادة الرأي والفكر على حساب أدوار النجوم والفاعلين الجدد، وصحيح أن الثورة التكنولوجية في مجال العلم والمعرفة وأشكال الاتصال جعلت العالم أكثر اندماجاً، لكن في مقابل ذلك سهلت انتقال المفاهيم والأذواق والعادات الدخيلة على مرجعيات الثقافات، وبذلك انتشرت قيم سلبية على حساب قيم ايجابية حيث ولادة صراع قيمي يكمن تشخيصه في عوملة كل شيء. ومن خلال هذا السياق سنحاول الوقوف عن الإطار النظري لسيكولوجيا الانساق القيمية في الفضاء الافتراضي بدراسة وصفية تحليلية.

الكلمات المفتاحية: الأنساق المعرفية : القيم الاجتماعية : الفضاء العمومي الافتراضي

Abstract

Social values play an important and influential role within any society, through which the personality of the individual is formed and his opinions, ideas and interests are formed, as well as they govern his actions and his relationship with the rest of the community within an interaction driven by the communicative action and patterns of habit formation, thus achieving the unity and cohesion of society. Social values indicate that they are the product of social experiences that society considers desirable. It is evident that these experiences have interfered with the features of the digital age and changed and transformed the concepts of communication in them to increase the use of new media and the presence of a virtual reality fed by modern communication technologies,

poor access to the virtual space and the use of its contents leads to the waste of values or their neutralization, but rather to the weakening of sensitivity Shyness towards cultural prohibitions, as well as weakening the role of opinion and thought leaders at the expense of the roles of stars and new actors. It is true that the technological revolution in the field of science, knowledge and forms of communication has made the world more integrated, but in return it facilitated the transfer of concepts, tastes and customs alien to the references of cultures, and thus the spread of negative values at the expense of positive values, as the birth of a value conflict whose diagnosis lies in the

globalization of everything. Through this context, we will try to stand out from the theoretical framework of the psychology of value coordination in the virtual space with a descriptive and analytical study

Keywords: cognitive systems; Social values; Virtual public space

1- مقدمة

إن التغيرات التي تشهدها بنيات المجتمعات الإنسانية ظلت تتغير وتتحوّر بطريقة مستمرة ومتقلّبة حيث دفعت هذه الأخيرة للبحث عن سبل وآليات مستحدثة للتكيف مع ما هو جديد، مسألة لطالما اعتبرت منظومة القيم ضمن الإشكاليات التي يشهد هذا التغير المفصلي لتصدّعها وتأثرها بعوامل دخيلة على بنيات الثقافات الإنسانية باعتبارها أحد مركباتها، حيث تسارع وتيرة المعرفة وشراهة تعاطي المعلومات بفعل تعاظم استخدام الفضاءات الاتصالية الجديدة، على الرغم من أنها تحمل في طياتها مغريات تجعل الإنسان في صراع، بين أن يقبل التغير التكنولوجي "الحنمية التكنولوجية" وبين أن يبقى محافظاً على قيمه ويترتب على ذلك تغير في الاتجاهات attitudes مما نتج عنه استخفاف ببعض العادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع، وحتى اندثارها ومن ثم تآكل الأنساق المعرفية والأطر المرجعية التي تحكم تصرفات الأفراد والجماعات.

1. الفضاء العمومي الافتراضي: هل حقق الوعي بقيمة المواطنة:

يشير مفهوم الفضاء الافتراضي إلى ولادة بيئة إنسانية تكنولوجية جديدة للتعبير والمعلومات والتبادل عن طريق البنية التحتية الاتصالية التي تسمح بتبادل المعلومات ونقلها بطريقة رقمية (سميثي، 2016، ص 14). ويعتبر فضاء طبيعي كما الفضاء العام الواقعي يحدث داخله تفاعل عام تترك فيه الناس مصالحيهم الخاصة وينشغلون بالقضايا ذات الطابع الاجتماعي العام، حيث يسهل النفاذ إليه بسهولة.

ويُعد الفضاء العام الافتراضي أيضاً مجالاً مشتركاً مفتوحاً لجميع الأفراد في المجتمع الذين لديهم القدرة للولوج لشبكة الانترنت حيث يتيح لكل فرد إمكانية الوصول إلى المعلومات والتعبير عن الرأي والدخول في مناقشات وحوارات مع الآخرين بعيداً عن إكراهات اللقاء المباشر والزمان والمكان (بن شمس، 2017، ص 48).

فالفضاء الافتراضي هو واحد من فضاءات المجال العام سواء العالمي أو العربي ويمكننا الحديث عن فضاء سيمائي رمزي برز خاصة مع ثورات ما يعرف بالربيع العربي انطلاقاً من تونس، و ينتقل الحديث عن الأبعاد الرمزية في الفضاء العمومي الافتراضي فيه بأشكال متعددة تساهم في بنائها خصوصية الفضاء الافتراضي، من خلال تنوع ادوات الظهور والتمظهر، من نص وصورة وفيديو وكذا اساليب التجلي الرمزي عن طريق السخرية والمعاني الغير المباشرة عموماً، مثل الاحتجاج الإلكتروني أو الافتراضي.

لقد اتفق الباحثون ان الميديا الجديدة قد خلقت فضاء عمومياً قلب المسار الديمقراطي مما اعطي للإنترنت ووسائطها الاتصالية دوراً فعالاً في تعزيز الديمقراطية وذهب بخلق فضاء جديد هو الفضاء الافتراضي أو ما يطلق عليه المجال العام الافتراضي الذي أدى الي ظهور الخطاب الحميمي وعزز المكانة المتعاظمة للفرد المغمور في المجال العمومي مؤشراً لحراك جديد فعال في نظام التواصل الاجتماعي.

في نفس السياق يستدعي الفضاء العام ودراسة ملامحه قيمة معيارية واردة في تشكّله على الرغم من تغييرها وهي "قيمة المواطنة"، فلا يحمل صفة المواطن أو المواطنة إلا من يتمتع بالحقوق

المدنية العامة، ويخضع للواجبات التي هي عليه، بالرغم انها برزت اشكالات اخري اعماق وهي ضبط مفهوم مصطلح المواطنة في حد ذاتها بالنسبة للمواطن العادي فما بالك بالمواطن الرقمي، بالرغم انه توجد عدة شروحات وتعريفات لهذا المفهوم، غير ان بعض الابجديات حاولت حصر مفهوم المواطنة في مفهوم متكامل للعلوم الاجتماعية مثل تعريفها باعتبارها: العضوية الكاملة والمتساوية في المجتمع بين الأفراد بما يترتب عليه من حقوق وواجبات، بغض النظر عن الدين، الجنس، اللون أو المستوي الاقتصادي، أو الانتماء السياسي والفكري أو تعريف آخر يطرحها باعتبارها جملة من الحقوق والحريات المتبادلة بين الفرد والدولة التي يدين لها بالولاء والانتماء(الغجاتي، 2014، ص03)

ولا يعتبر مفهوم المواطنة مفهوما سياسيا فقط، فبجانب المفهوم السياسي المرتبط بالحق في الانتخاب والانضمام للأحزاب والمشاركة بصفة عامة في إدارة شئون البلاد، هناك المفهوم الاقتصادي الذي ينطلق من المساواة في الفرص وعدم تهميش الفئات الاجتماعية الضعيفة مثل النساء، أيضا هناك المفهوم الثقافي أو الديني المتعلق بحرية الاعتقاد وحرية ممارسة الشعائر الدينية والذي ينظر للتنوع الثقافي والحقوق المرتبطة بالهوية كأساس للمفهوم. وفي نفس السياق فمفهوم المواطنة ليس مفهوما قانونيا وإنما له شق حركي معني بالممارسة. و عليه فإننا نجد قدرا كبيرا من التنوع فيما يتعلق بتعريف المواطنة يمكن إجماله في تعريف د. سمير مرقس "باعتبارها حركة الناس اليومية مشاركين ومناضلين من أجل نيل الحقوق بأبعادها المدنية والاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية على قاعدة المساواة مع الآخرين دون تمييز لأي سبب، واندماج المواطنين في العملية الإنتاجية بما يتيح لهم تقاسم الموارد العامة والثروة الوطنية مع الآخرين الذين يعيشون معهم في إطار الوطن الواحد: (مرقس، 2006، ص23).

إذا إن المواطن له ثلاث أركان يجب أن تتوفر فيه وهي الانتماء إلى الأرض، والمشاركة في بناءها والمساواة مع غيرهم من المواطنين والحكام في اتخاذ القرارات للمصلحة العامة، ومن قيم المواطنة التي تحوّر وتغيّر تصورها المفاهيمي لدى جمهور المستخدمين Internautes في الفضاء العمومي الافتراضي نجد:

❖ قيمة الحرية:

من الشائع أنه توجد نوعان من الحرية، حرية ايجابية وحرية سلبية، فالحرية الايجابية هي حرية فعل الخير، وأما الحرية السلبية فهي عدم وجود قيود خارجية، فالمرء حر مادام لا يوجد أحد أو قانون أو عادة يمنعونه من عمل ما يريد أو يجبرونه على ما لا يريده، وصحيح أنه لا يمكن تناول كينونة الفضاء العمومي خارج دائرة الحرية باعتباره إحدى مستلزماته الضرورية، وصحيح أن الفضاء العام يستدعي وساطة فعلية بين الخاص والعام فيتم سحب الفضاء الخاص من مجاله الضيق إلى مجال أشمل حيث تناقش في إطار قيمي يؤسس لرؤية تنطبق على كامل جمهور المستخدمين أثناء مناقشتهم للقضايا العامة إلا أن الملاحظ أن الفضاءات الخاصة أصبحت تدحض ولادة الفضاءات العامة من خلالها ناهيك أنها تتسم بالتبسيط والتهميش وهذا جراء فوضى الحرية التي يختل فيها الالتزام بروح الجماعة والقضايا العامة، فالتفكير المستقل عن المعيار الجماعي الذي يستند إلى معايير يعيق صعوبة تناول هذه المسائل ويؤصل عزلة المواضيع بالرغم من الكثافة الاتصالية التي قد تبدو جلية في محتوى النقاشات والتعليقات في الفضاء الافتراضي (العباسي، 2010، ص73).

❖ قيمة المشاركة:

أكد أن المقصود من هذه القيمة هو مشاركة الفرد المواطن في إدارة الشأن العام، لكن لا تتفق المشاركة مع الدعاية على حد تعبير "يورغن هابرماس" حيث التأثير في المعيش وعلى عقول جمهور المستخدمين Internautes

عبر التحايل والكذب والتغليط وتشويه وتزييف الحقائق عبر الفضاءات الافتراضية، كما قد نلاحظ بروز وطغيان العشوائيات إثر كتابة التعليقات ولو من أجل الكتابة أو من خلال الفضول، بمعنى غياب جاهزية الأفراد المستخدمة لهذه الفضاءات لفعل المشاركة العقلانية واستيعاب معايير الحق والواجب. (العلوي، 2015، ص 08).

من خلال السياق السابق وفي حديثنا على بيئة الفضاء العمومي الافتراضي ولد من رحم هذه المواطنة الجديدة ما يُعرف "بالمواطن الافتراضي" أو "الأنسوب" حيث من خلاله أصبح الفرد يجد العناصر المشتركة مع أخيه الإنسان على أي بقعة من الكون، حيث لم يعد بإمكاننا الفصل بين المحلي والعالمي، وبدت قيمة الانتماء التي تشكل إحدى مظاهر ومؤشرات المواطنة منحلّة نسبياً وذلك لانتهك الحدود الطبيعية للمكان بشكل مصطنع، وفي نفس السياق مسألة قيم المواطنة تستدعي قيمة أخرى وهي قيمة المسؤولية التي تغيّرت هي الأخرى بفعل انكماش أخلاقيات التواصل في الفضاء الافتراضي، ويفضح الاستخدام غير الأخلاقي نفسه السرقة و/أو الجريمة الرقمية. فمثلاً إهدار ممتلكات الآخرين أو أعمالهم أو هويتهم عبر هذه الفضاءات تعد جريمة أمام القانون وبالتالي فقدان حق وقيمة المواطنة (بن شمس، 2017، ص 64).

2. القيم الاستهلاكية في الفضاء العمومي الافتراضي بديلاً للقيم العقلانية:

إن التمجيد البطولي الشعبي الجديد للمتلقّي المقاوم انظم إلى التمجيد النيو ليبرالي للسيادة المطلقة للمستهلك، إنها أفكار جديدة وغريبة على المجتمعات وربطها بأفكار تحريرية كانت أفكار مساواة أو غيرها مستغلين استراتيجيات وسيكولوجيات إقناعية متعددة لإحلال قيم جديدة فقط من أجل إيقاظ ثقافة الاستهلاك عند المجتمع ككل لينهض إلى الأسواق ويشتري ما يسدّ ثمنه جشع أصحاب المصالح التجارية، في نفس السياق القيم السائدة هي محصلة الظروف الثقافية القائمة، أي أن القيم من صنع البيئة الاجتماعية وتعبيراً عنها، (العودلي، 2006، ص 38).

ويعتبر "روكييتش Rokeach" من الأوائل الذين قاموا بإجراء بحوث القيم لاستخدامها للأغراض التسويقية الاستهلاكية ولعل المستجد في هذا السياق هي البنية ما بعد الحداثيّة Post-modernisme التي فرضتها صناعة الإعلام الغربي على بقية المجتمعات حيث تؤمن الفرجة والترفيه بواسطة خطاب الصورة بدل ما هو عقلاني، حيث طغيان سيادة الإنتاج الترفيهي الاستهلاكي المنخفض المستوى من جهة الغاية السياسية والاجتماعية والفنية على حساب الأعمال الرصينة الهادفة إلا باستثناءات قليلة، وهنا تجلّ الصورة المتلقّي بظلال حلم الفوز والحصول على الثروة والمكانة الاجتماعية وهذا يعتمد على دفع الجمهور عبر الـ "SMS" للإعلان عن رغبة في شيء ما، كما أطلقت الصورة ما بعد الحداثيّة العنان للتعبير عن الغرائز الطبيعية خاصة للاستخدام العميم لأجساد النساء والرجال المعتمدة على الخدمات الاستهلاكية فيما كانت تؤسس لمعاني مثل رفض العقلانية وسقوط الإنسان في وهدة التفسير الغريزي للحياة، وهذا تعبيراً عن جنوح للحياة الواقعية الطبيعية إلى الحياة الافتراضية (بوحبة، 2014، ص 112)..

وأشير إلى أن تلك الرسائل القصيرة المذكورة أنفاً تهيئ وتكسر مصداقية اللغة العربية كانت أم أجنبية نظر لحجم الأخطاء التي توجه الرغبات الآنية والغرائز.

تبنى صناعة القيم الاستهلاكية على مرتكزين اثنين هما المعيارية والاستهلاكية، فالمعيارية Standardisation وتعني قولبة الثقافة في شكل بضائع متجانسة قابلة للاستهلاك العام، فالعناصر الثقافية التي لا تتوافق مع ما هو معياري تُستثنى ولا تسوّق بناء على ذلك، الشيء الذي يضعف التنوع الثقافي عامة، والاستهلاكية Consommativité إستراتيجية ثانية تظهر في الدور الذي تمارسه وسائل الاتصال الجماهيرية بما فيها وسائل الميديا الجديدة في إحداث النزعة المادية أو تعزيزها بترويج عملية بيع السلع والخدمات بصفة مباشرة عبر الإعلان، أو بصفة غير مباشرة عبر

أنماط الحياة التي توردها صور وفيديوهات الإعلانات في الفضاء الافتراضي، وغدا الفرد وسط عالم يعج بالعلامات والرموز وسط عالم قابل لمختلف آليات التأويل وخاضع لمنطق التشظّي والتفكيك.

• إن البحث عن بديل لهذه الأزمة القيمية التي تعصف بهوية الفرد العربي يتطلب الحديث عن مجموعة من المقترحات أو البدائل التي يكون لها الأثر في إعطاء معنى لصناعة الصورة في الفضاء الافتراضي وإخراجها من نظرتها التشيئية والتفكيكية لجسد الإنسان إلى نظرة تستحضر البعد الإنساني القيمي المحتفي باحترام الهوية والانتماء للذين يشكلان أهم ما يملكه الجسد الإنساني، فالعولمة تربو إلى السيطرة عن طريق فرض نمط حضاري واحد من خلال التسويق لصورة إعلامية منمطة للأفراد والمجتمع، ولهذا فإن تحقيق الذات وتأكيد الهوية رهينتان بإعادة خلق الواقع بإعطاء الاهتمام للإنسان ولبعده القيمي خاصة في البرامج التي تقدمها القنوات الإعلامية أو ينتجها جمهور المستخدمين.

كما يعد الاهتمام بالثوابت الأخلاقية المرتكزة على البعد الإنساني مهمة لتجاوز هذه الأزمة القيمية التي أرخت بظلالها على المجتمع العربي ولهذا وجب:

أ. أن قيمة الإنسان تكمن في إنسانيته، وفي قيمة عمله وفي مساهمته في بناء المجتمع وليس في شكله.
ب. أن استخدام فضاءات الإعلام الجماهيري والفضاءات الافتراضية كحال الميديا الجديدة هي حق من حقوق الإنسان وهي ليس حكرًا على أصحاب النفوذ الإعلامي والمالي ولذا وجب توظيفها بشكل عقلاني.

3. تصدّع الأنساق القيمية، الافتراضي وسيادة القيم الفردية:

إن مجموعة القيم التي نكتسبها تؤلف نسقاً متمسكاً تحتل كل قيمة فيه أولوية خاصة للقياس بالنسبة للقيم الأخرى، وهذا الترتيب للقيم يمكننا من دراسة الثبات والتغيرات التي تطرأ على أنساق القيمة وهذه الأنساق لها درجة من الثقافة والشخصية، كما أنها خاضعة للتغيير بقدر ما يشهد المجتمع والثقافة من تغيرات حاسمة ويتضمن نسق القيم نوعين رئيسيين من القيم وسيطية وأخرى غائبة (جبلي، 1984، ص 133).

أما بالنسبة للوظائف التي تمارسها أنساق القيمة فيمكننا حصرها كالتالي:

أ. تدفعنا القيم إلى اتخاذ مواقف خاصة من المسائل الاجتماعية الرئيسية.
ب. تدفعنا القيم أيضا إلى تفضيل أو تبني إيديولوجية سياسية أو دينية أو تفضيل نشاط معين.
وفي ظل تداخل وتعقّد الحاجات والرغبات وتنوع الثقافات وتعدد القيم، تبرز إشكالية حضور الفرد/المستخدم في الفضاءات العمومية الافتراضية الذي يفتقر إلى نقاط ارتكاز علامات استدلالية قيمية، وهو ما يشكل خللاً سلوكياً نتيجة طغيان الاستخدام الفردي من جهة والانهيار أمام التخمة المعرفية والوجدانية كمكونات لتشكّل القيم، كما أن تميّز النسق التكنو اعلامي الاتصالي بالمكونات البنائية والشبكية والسمات التفاعلية، أثبت قوة تجاوزت تأثيراتها الأبعاد المادية في اتجاه خلق تشكّلات افتراضية، وأزمة تحولات عميقة في البنيات المجتمعية محورها اتساع الفضاء الاتصالي والتقارب المكاني والزمني، (الرشيد، 2009، ص 41). والارتباط بالآخر والتحوّل البنيوي لحاجات الأفراد من حيث تعددها وتنوعها ما أدى على حد تعبير "عبد الرحمن عزّي" إلى تحييد الأنساق القيمية أي إبعادها كعوامل مؤثرة، ويتمثل ذلك في تغييب القيم في المحتويات وبخاصة الترفيهية، إذ لا تتقيد هذه الأخيرة بنظام مع القيم، إنما تنبني على مبدأ ما يمكن أن يسوق إلى الجمهور الواسع، وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن رغبات الجمهور وأذواقه عادة ما تكون نتاج ما تعرضه وسائل الاتصال، فإن عملية استثناء القيم في المحتوى تكون دائرية: فوسائل الاتصال تعرض ما يرغب فيه الجمهور، والجمهور يرتبط بوسائل الاتصال التي تحقق له رغباته،

وقد أدى ذلك إلى انتشار محتويات العنف والجنس وغيرهما في الأفلام والمسلسلات ذات الطبيعة التجارية خاصة (عزي، 2013، ص 116)..

وعلى حد تعبير "ريشارد بلاك" في نقده لمفهوم "القرية الكونية" أن الفروق والتمايز بين الأفراد تزايد بشكل مفرط بدلاً من ترسيخ التماسك والدمج الاجتماعي في أمة واحدة، كما أدى إلى تكريس الفردانية و اللاجماهيرية أي انتفى الجمهور كما تم معي الانتماءات التقليدية والجماعية وخلق وضع ثقافي يشجع الفرد على التحرر من كل سلطة (بومدين، 2019، ص 37)..

بحجة الحريات الفردية، في نفس السياق بيّنت عدة دراسات أن الشباب خاصةً يستخدمون فردياً للقاء الجنس الآخر، ويعني ذلك أن القيود القيمية الخاصة بعدم لقاء الجنس الآخر خارج الأقارب والزواج تم تجاوزها، وعليه فالنسق السوسيوتكنولوجي الذي يولّد الفضاءات الافتراضية لا يقتصر على التحديث المتتالي للمكونات البنائية فحسب بل تعدّى في غالب الأحيان إلى حتمية ممارسة الفرد له، (مخلوف، 2017، ص 75).

وفي سياق آخر بيّنت دراسات أخرى أن سوء النفاذ للفضاء العمومي الافتراضي (استخدام المضامين تحديداً) يؤدي إلى إضعاف دور "قادة الرأي" الأمر نفسه حدث مع وسائل الاتصال الجماهيري إذ إن النماذج التي يتم تسويقها هي الممثلون والمطربون وعارضو الأزياء إنهم "الفاعلون الجدد" والحاصل أن الصفات المرتبطة بهذه النماذج ترتبط بالشبابية والزينة والأجسام الشهيء الذي يجذب الشاب في هذه السن بالذات إن لم تكن لديه حصانة قيمية كافية أما حضور قادة الفكر والرأي في الفضاء الافتراضي فهو قليل نسبياً (عزي، 2006، ص 339).

ولعل التحولات السريعة لوسائل الميديا الجديدة المستحدثة قد تخترق وعي الفرد وتتجاوزه بل تُحدث صدعاً في الرصيد القيمي، كم "الأنا" و "الذات الاجتماعية" إنها تغذي النزعة الفردية.

4. حتمية تغيير "القيمة" كمفهوم وبنية سوسيو اتصالية:

تجدد الإشارة إلى أن معاني القيم كما يتداولها عامة الناس في أحاديثهم ومناقشاتهم اليومية تختلف إلى حد كبير، فنجد أن الناس يتحدثون أحياناً عن القيمة بمعنى "الفائدة" أو المنفعة فيقولون مثلاً قيمة الماء والهواء ويقصد بذلك "الفائدة الجسمية" التي تبلور في التماسك الاجتماعي والحصول على حب الناس ورضاهم، وكثيراً ما يُستخدم مصطلح "قيمة" بمعنى "الأهمية العاطفية" كأن يقول شخص ما أن "الراديو" قديم جداً لكن ذو قيمة كبيرة، وهذا ما نستقرأ أننا كثيراً ما نطلق كلمة "قيمة" على "السلوك نفسه". (عبد المعطي محمود، 2012، ص 18).

وعلى حد تعبير "عبد الرحمان عزّي" أن القيمة يقصد بها الارتقاء أي ما يسمو في المعنى، والقيمة معنوية وقد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عملياً كلما ارتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى، لكن اليوم انتقل دور الإسهام في بناء معارف الإنسان وثقافته من وسط بشري ملتزم بقيم محددة إلى وسط تكنو- اتصالي لا يقيم وزناً لهذه القيم عن طريق وسائط اتصالية متعددة، إنها أدت بالإنسان بأن يتواجد جسدياً في مكان وفكرياً وعاطفياً واجتماعياً في مكان آخر.

وعلى الرغم من أننا نعتقد بأن مصير أية قيمة هو بلوغها الكليّة، دون أن نقيس الحظر المميت الذي يشكله هذا الترقّي، إنه اختزال أكثر مما هو ارتقاء أو ارتفاع إلى الدرجة الصفر من القيمة، وهكذا يحصل لحقوق الإنسان وللديمقراطية، وعليه انتشارها الواسع عبر الفضاءات الافتراضية يتواءم مع تعطيلها وكشف مضامينها الدنيا ومع قصورها القياسي (جبروم، 2004، ص 52). كما أن عولمة التبادل تضع حداً لكليّة القيم.

في سياق آخر تتغير الأنساق القيمية عبر العمر في ضوء التغير والنمو في الوظائف والقدرات المعرفية للفرد، ويرتبط التعبير عن الذات بالقدرات المتاحة لدى الفرد، فما لا شك فيه أن هناك علاقة واضحة بين قدرات الفرد وتوجهاته القيمية في الحياة وهي علاقة دعمتها البحوث المختلفة (محمود خليفة، 1992، ص28).

وإذا نظرنا للمفهوم المطلق "للقيم" نجد أنها كونية لأنها مرتبطة بالفطرة، فجميعنا فطرياً نتفق على القيم مثل الحرية والعدل والمساواة بلا خلاف على ذلك، لكن أيضاً لكل ثقافة قيم خاصة بها وهي غير كونية، في نفس السياق هناك قيم الغالب التي تحاول أن يفرضها على بقية العالم وهي قيم لها خصوصية الثقافة الغالبة ولا يجوز جعلها قيمة كونية عنوة، الأمر الذي يجعلها ليست في المضمون الايجابي للقيم ويعوق الدفع بالمسؤولية المشتركة والخطاب المشترك عالمياً.

وعلى حد تعبير "مالك بن نبي" أنه هناك عناصر للتهميش القيمي في الواقع وهو وصف للأفكار المخدولة بأنها تلك الأفكار التي تأتي على عالم الإنسان فيخذلها بينما هي سبب قوته ونهضته، فتنتقم هذه الأفكار التي خذلها، والقيم المخدولة هي التي خذلها مرتين: مرة بمعرفته لها ومرة لعدم سعيه من خلالها (محمود مصطفى وآخرون، 2010، ص54).

إن القيم الاجتماعية تتصف بالقابلية للتغير الاجتماعي ويمكن أن يكون هذا التغير سريعاً جداً كما في المجتمعات الصناعية المتقدمة والتي تعتبر الرغبة في التغير قيمة اجتماعية، في مقابل ذلك وفي حضور تعاضد دور الميديا الجديدة والفضاءات الافتراضية نلمس تغير حتى على مستوى النسق القيمي للفرد، مما أدى إلى إعادة تشكيل الكثير من المعرفة والمفاهيم عن الحياة وتقويض أغلب تصورات الإنسان عن ذاته وعالمه، الأمر الذي أدى إلى عدم قدرة المجتمع على التمييز بين الخطأ والصواب بمعنى عدم القدرة على الاختيار بين القيم المتصارعة وبين القيم الموجودة في المجتمع والقيم الوافدة من الخارج (صوكو، 2009، ص38).

4- خاتمة

إن القيم ظاهرة سوسيوولوجية اتصالية وعنصر هام في البناء الاجتماعي للأفراد والمجتمعات لكن الظاهر أنها تؤثر كما تتأثر بالتغيرات الحاصلة في المجتمع، لان الفضاء العمومي لا ينفعل او يعمل بالطريق نفسها في كل بلد، لأن كل بلد يختلف في خصائصه الاجتماعية والسياسية والثقافية من بلد الى اخر، وبذلك لكل بلد فضاء عمومي بجذور تنمو وتتطور ضمن شروط وخصوصية ذاك البلد ومنه نستشف ان حجم تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال هي الأخرى تتغير شدتها بتغير المحيط ومنها تكمن خطورة العولمة على التصور القيمي والأخلاقي للناشئة بل الشباب تحديداً، وأهم ما يميّز الظاهرة الاتصالية الافتراضية التي باتت تحتل الواقع الطبيعي هو قدرتها على اختراق الغرف المغلقة واختزال المسافات البعيدة إنها تهيمن على المعارف والوجدان، ومن مخرجات ذلك نلمس تنميط القيم ومحاولة جعلها واحدة لدى البشر، إنها تنفي التمايز والتعدد إنها تنفي الإنسان.

4- التوصيات

وفي ضوء ما سبق وكتصور مفاهيمي نقترح تأطيراً أكاديمياً يختص برصد إشكاليات التغير السلبي للأنساق القيمية كما يلي:

✓ تعقب المزيد من البحوث والدراسات حول إشكاليات النسق القيمي للفرد والمجتمع، وعلاقته بوسائل الاتصال الجماهيري وكذا الميديا الجديدة كفضاء افتراضي، مع رصد الآثار المتوقعة.

- ✓ محاولة استشراف الأضرار التي تصيب الأنساق القيمية دون استبعاد كل ما هو جديد، ولا يتأتى ذلك إلا عن طريق الدراسات العلمية المحكمة بمختلف أدواتها (الملاحظة العلمية أهمها)، خاصة أن الآثار التي أصبحت تحدث للقيم باتت على الفرد بمعزل عن ذاته أصلاً.
- ✓ إعطاء بدائل ومسايرة المستحدث الذي فُرض على منظومة الأنساق القيمية حيث تصحيح دائرة السلوكيات المؤقتة بإعادة معالجة المحتويات المستخدمة، بدءاً من إنتاج الصورة إلى طبيعة النصوص المكتوبة.
- ✓ إجراء حملات توعوية كما حملات التسويق الاجتماعي لاستقرار المتغير التابع من المتغير المستقل في فرضية تغيّر بنية ونسيج المجتمع القيمي والأخلاقي للفرد والمجتمع، سيما ترشيد عملية تعاظم استخدام دوائر وفضاءات الواقع الافتراضي.
- ✓ من الضروري إشاعة ثقافة النقد البناء والحوار لدى الأوساط الأكاديمية كما العامة وكذا مختلف المؤسسات الإعلامية بما فيها الميديا الجديدة وتفعيل دورها البنائي الوظيفي خاصة ما تعلق بالثقافة والقيم.

قائمة المراجع:

- 1- علي عبد المعطي محمود، (2012)، *القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني*، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012/2011.
- 2- جيروم بندي، (2004)، *القيم إلى أين؟*، ترجمة زهيدة درويش جبور و جان جبور، منشورات اليونسكو، دار النهار، بيروت، 2004.
- 3- محمد العجاتي، (2014)، *المواطنة المفهوم والممارسة بعد الثورة المصرية*، منتدى البدائل العربي للدراسات، ديسمبر، 2014.
- 4- سمير مرقس، "المواطنة والتغيير"، (2006)، *تأصيل المفهوم وتفعيل الممارسة*، دار الشروق الدولية، 2006.
- 5- عبد اللطيف محمد خليفة، (2010)، *ارتقاء القيم، عالم المعرفة*، العدد (160)، الكويت، 1992.
- 6- نادية محمود مصطفى وآخرون، (2010)، *القيم في الظاهرة الاجتماعية*، دار البشير، القاهرة، مصر، 2010.
- 7- سهام صوكو، (2016)، *واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية*، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، 2009/2008.
- 8- و داد سميثي، (2016)، *المنتديات الالكترونية بين التفاعلية وفن الحوار الافتراضي*، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- 9- ندى علي حسن بن شمس، (2017)، *المواطنة في العصر الرقمي*، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، 2017.
- 10- مفيدة العباسي، (2010)، *المجال العمومي والاتصال الافتراضي - مقارنة هابرماسية لدراسة المجموعات الافتراضية التونسية*، رسالة بحث لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منوبة، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، 2010/2009.
- 11- رشيد العلوي، (2015)، *الفضاء العمومي من هابرماس إلى نانسي فريزر*، مؤسسة دراسات وأبحاث، مؤمنون بلا حدود، المغرب، 2015.
- 12- سلوى العوادلي، (2014)، *الإعلان وسلوك المستهلك*، دار النهضة العربية، القاهرة - مصر، 2006.
- 13- حسن بوحبة، (2014)، *الجسد بين النسق القيمي وسلطة الصورة الإعلامية*، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، 2014.
- 14- علي عبد الرزاق جبلي، (1984)، *المجتمع والثقافة والشخصية*، دار النهضة العربية، بيروت - لبنان، 1984.
- 15- عماد الدين الرشيد، (2009)، *الإعلام المعاصر رؤية نقدية*، المحطات المتلفزة نموذجاً، القمة للطباعة والنشر، سوريا، 2009.
- 16- عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال - نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، ط3، بيروت، 2013.
- 17- كريمة بومدين، (2019)، *مواقع التواصل الاجتماعي: فضاء عمومي افتراضي وانعكاس قيمي*، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 06- العدد 01، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، 2019.
- 18- بومدين مخلوف، (2017)، *المنظومة القيمية في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال*، رسالة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة محمد المين دباغين - سطيف 2، 2017/2016.
- 19- عبد الرحمان عزّي، (2006)، *الانترنت والشباب - بعض الافتراضات القيمية*، وقائع ندوة علمية دولية، بعنوان: ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب، إصدارات دائرة الثقافة والإعلام، الإمارات العربية المتحدة، 2006.