(الشباب واستخداماته لشبكات التواصل الاجتماعي
قراءة قيمية ثقافية)

أ/ يحي تقي الدين، جامعة قسنطينة-03-

ملخص:

نعالج في هذه الدراسة إشكالية استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، انطلاقا من تمثل هذه الفئة لهذه المواقع، لنعرج إلى القراءة الكمية لاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية عامة والجزائر خاصة وفق أحدث التقارير لسنة 2017.

ولم نكتف عند هذا الحد فحسب، بل حاولنا تحليل الطابع الاستخداماتي لهذه المواقع وفقا للزاوية القيمية الثقافية، انطلاقا من معيارين يتعلق الأول بالإضافة التي إضافتها هذه الاستخدامات على المخزون القيمي الثقافي، والثاني بالجانب السلبي الذي شوه هذا المخزون وعمل على تحييده.

كلمات مفتاحية: التمثلات، الاستخدامات، شبكات التواصل الاجتماعي ، القيم الثقافية

Absrtact:

In this study, we address the problem of the youth's use of social networks, starting from representing this category to these sites, to the quantitative reading of the uses of social networking sites in the Arab region in general and Algeria in particular according to the latest reports for 2017.

We tried to analyze the uses of these sites according to the cultural value angle, based on two criteria, the first of which was the addition of these uses to the cultural value reserve, and the second, the negative side that distorted this inventory and neutralized it.

key words : Uses; social networks; cultural values

1. تمثلات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

تشير الكثير من الدلائل إلى أن رؤية الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، تختلف عن تمثل الكبار لهذه الوسائط في الكثير من النواحي. إذ يؤكد بعض الباحثين أنه :" إذا سألت أحدا من جيل الانترنت عن التكنولوجيا التي يستخدمها، فإنه غالبا ما يحدق فيك باستغراب، ذلك أنه لا يفكر بالتكنولوجيا بحد ذاتها، بقدر ما يركز على الأنشطة التي تمكنه من أدائها"[83]. كما أن هذا الجيل ليس ميالا إلى الانبهار بتجديدات عصره، أو الدخول في مقارنات بين زمنه وزمن ما قبل الانترنت الذي يملك عنه قليل من المعرفة. ولهذا فإن فعل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لايبدو، في حد ذاته، غريبا عليه، بل إنه فعل روتيني، وربما مبتذل[84].

83 – الصادق رابح، فضاءات رقمية: قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات، دار النهضة العربية، بيروت، 2013، ص 106.

2- Herring S,Slouching Toward the Ordinary : Current Trends in Computer – M ediated Communication, New Media & Society, vol 6 n1,2004,http : //faculty washington. Edu/thurlow/com482/herring%282004%29.pdf.

وتستخدم هذه الفئة هذه الشبكات لأغراض اجتماعية، وهي بذلك لا تختلف عن سابقيها من الأجيال في علاقتهم بتكنولوجيا عصرهم بصفة عامة. فأفرادها يتواصلون مع الفاعلين الآخرين عبر الرسائل النصية، أو الصوتية والمرئية، ويقومون بتطويع اللغة واختصارها في الكثير من الرموز التي تظل مبهمة بالنسبة للآخرين للتأكيد على هوياتهم الجماعية. ويعبرون عن همومهم من خلال المدونات والفايسبوك واليوتوب و...، ويتفننون في إدارة حضورهم الرقمي، من خلال مواقع هذه الشبكات الاجتماعية، للحصول على تثمين أقرانهم[85].

إضافة إلى ذلك، نجد أنه على عكس الصور النمطية الشائعة عن افتتان الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي، فإن هذه الشبكات لا تشكل النشاط الأكثر تحييدا لدى الكثير من أفراد هذه الفئة بل توفر لهم بديلا عن أنشطة كانوا يرغبون في القيام بها. ففي دراسة مسحية حول استخدام الوسائط الاعلامية من طرف الشباب البريطاني الذين تتراوح أعمارهم ما بين 6 – 17 سنة. أظهرت النتائج أن غالبية المبحوثين أشاروا إلى أنهم يفضلون الذهاب بمشاهدة فيلم أو القيام بشيء ما برفقة أصدقائهم بدل المكوث في البيت ومتابعة وسائل الاعلام، وقد اشتكى هؤلاء من نقص الأنشطة كما وكيفا، التي توفرها لهم الأحياء التي يقطنون بها. بالتوازي مع ذلك، فإن خوف الآباء يزداد من تعرض أبنائهم للخطر خاصة في المناطق الحضرية وهو ما ادى حسب بعض الباحثين، إلى سعي العائلات إلى خلق بيئة ترفيهية وإعلامية داخل البيوت لتعويض البيئات الخارجية غير الآمنة، وتذهب (دانا بويد) إلى القول بأن فضاءات الشبكات الاجتماعية، مثل ماي سبيس، تشكل بديلا للأطر التقليدية للقاء والتفاعل، رغم التراجع الذي عرفه ماي سبيس مثلا في السنوات الأخيرة، وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية[86].

يعتبر الشباب أيضا أقل ميلا إلى تبني الحتمية التكنولوجية من الكبار، فهذه الفئة الأخيرة تنظر إلى هذه الشبكات كأداة ثورية وتتسم علاقتها معها بالخوف والرغبة، بينما تعتقد فئة الشباب أن شبكات التواصل الاجتماعي ليست حلا لمشاكلها، فالشبكات الاجتماعية لا تجعل بالضرورة العالم أفضل، بل كل ما تقوم به هو جعله أكثر فاعلية، ويشير أحد الشباب في هذا المجال :" إن الشبكات الاجتماعية في حد ذاتها، لا تشكل إلا أداة في تسريع التواصل، بالتوازي مع القيام بأغلب الأنشطة اليومية"، كما أن هذه الفئة ليست مسكونة بالخوف من هذه الشبكات، ذلك أن الشباب يملكون الكثير من المهارات التقنية، ويوظفونها بطريقة روتينية في القيام بالكثير من الأنشطة، ولديهم قدرة كبيرة على التعلم بسرعة، وبعبارة أخرى فإن شبكات التواصل الاجتماعي في خدمتهم، حيث يطوعونها لتتناسب مع احتياجاتهم " لقد فزنا على هذه الوسائط الرقمية الجديدة – يقول أحد الشباب – وليس لنا أن نكون عبيدا لها، بل يجب أن نكون المتحكمين فيها للحصول على أقصى ما نريده منها"[87].

نلاحظ على ضوء هذا التمثل لشبكات التواصل الاجتماعي، أن وسم " جيل شبكات التواصل الاجتماعي " ومشتقاته اللغوية الأخرى، مثل جيل النت والجيل الرقمي، يجب فهمها كتعبير عن تمثلات الكبار الذين يرون في الشبكات أدوات جديدة ومؤثرة، بينما لا يرى فيها الشباب ذلك، ولا يمنحها هذه القوة كما تفعل الأجيال السابقة، وعليه فإن هذا الوسم الذي تتعدد أشكاله اللغوية، لا يحيل إلى رؤية الشباب إلى ذاته بقدر ما يعكس منظور الكبار، وكما هو الأمر في الأجيال التي سبقت، فإن الخطابات

3- الصادق رابح، مرجع سبق ذكره، ص107.

1- Livingston,S&Moira,B,Children and Their Changing Media Environment : A European Comparative Study , Lawrence Erlbaum Associates, NJ,2001, http://books.google.ae/books?id.

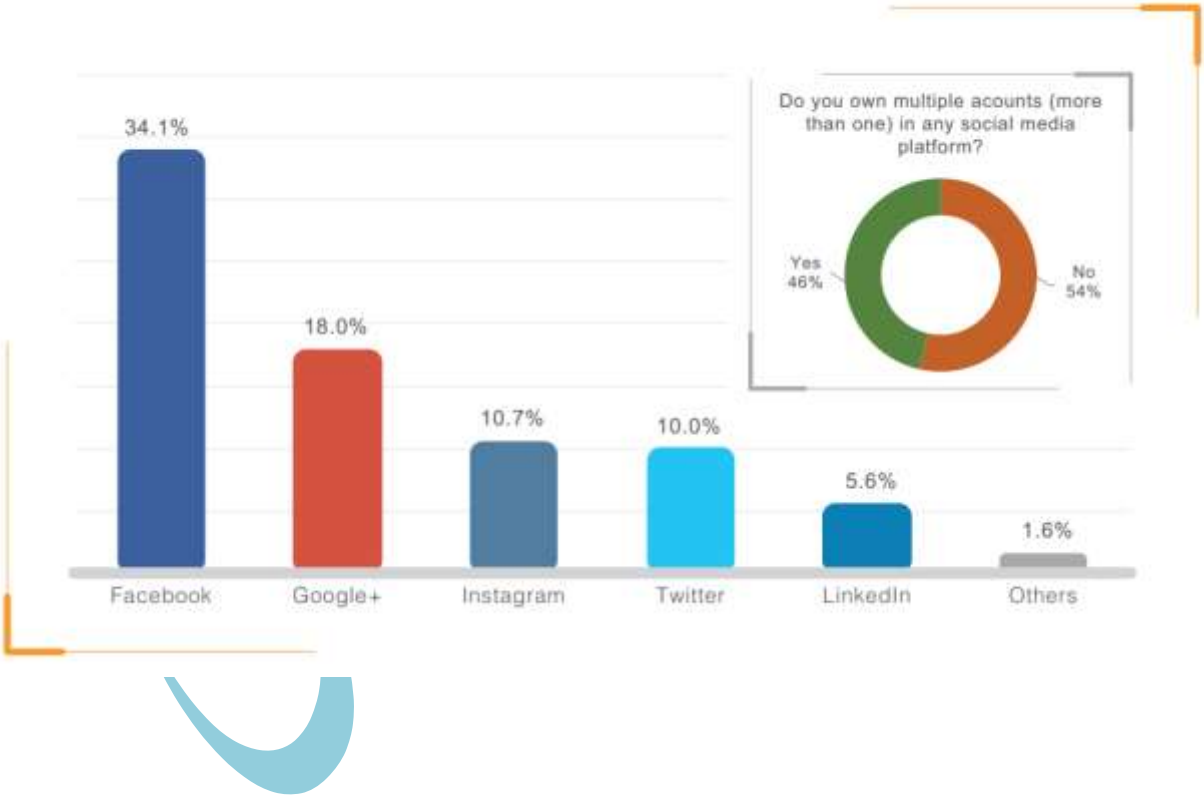
2- Kyle,M ,Digital Media in My Life, In the 2006 Global kids Digital Media Essay.http://olpglobalkids .org/books/book4.pdf.

السائدة لم تكن يوما من الأيام تعبيرا عن تمثله لذاته، بقدر ما كانت تجليا للرؤية المجتمعية والمؤسسية لمن سبقهم. وهو ما يجعلنا نستنتج، "كتحصيل حاصل "، أن شباب اليوم لا يتماهون مع سرديات الكبار حولهم وحول علاقتهم بشبكات التواصل الاجتماعي، ولا يحددون ذواتهم بالنظر لهذه الشبكات، رغم تسليمهم بالدور الهام لشبكات التواصل الاجتماعي في حياتهم.

2. استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

حسب نتائج التقرير السنوي للإعلام الاجتماعي لعام 2017 والصادر شهر فبراير من نفس العام، عن كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، والذي يعتبر من أكثر التقارير علمية نظرا للمنهجية التي يعتمدها وكذلك شساعة العينة المدروسة لتشمل كل الدول العربية (التقرير متوفر على موقع الكلية باللغة الانجليزية)، يمكن إجمال النتائج التي توصل إليها التقرير المتعلقة باستخدامات الفاعلين في المنطقة العربية – نظرا لسياق الدراسة - على النحو التالي[88]:

يملك المستخدمون العرب بنسبة 46% أكثر من حساب واحد في منصات شبكات التواصل الإجتماعي، كما أنه أكبر موقع اجتماعي يشترك فيه المستخدمون العرب هو موقع الفايسبوك بنسبة34 %.

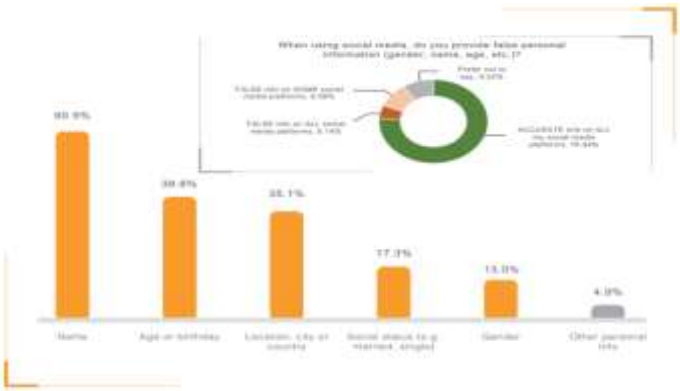


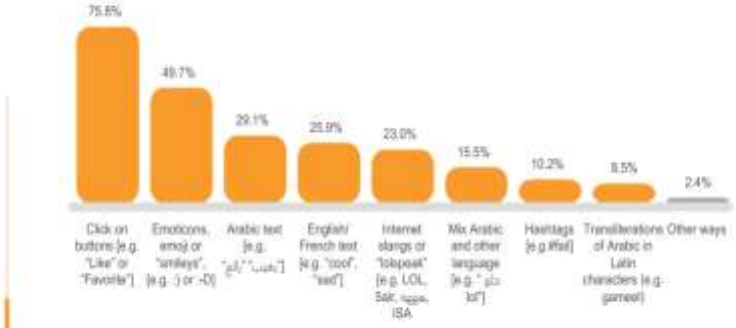
1- http://www.arabsocialmediareport.com/home/index.aspx,19/03/2017,14:00.

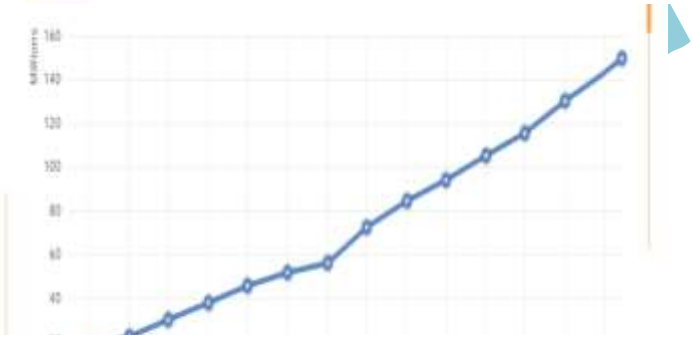
بالنسبة لصدق المعلومات الخاصة بهويات المستخدمين فقد أكد أغلبية العينة بأن معلوماتهم التي يقدمونها عليهم في وسائل التواصل الاجتماعي هي صحيحة وصادقة بنسبة 76% ، أما الذي يقدمون معلومات كاذبة فقد كانت نسبة من يعطون لأنفسهم أسماء وهمية لا علاقة لها بأسمائهم الحقيقة أكبر نسبة في مجال خطأ المعلومات الهوياتية بنسبة 60 % .

أما عن كيفية التفاعل أو التعبير عن مستوى الرضا أو الحزن أو السعادة أو... فقد بين المستخدمون أن أكثر التعابير التفاعلية تمثلت في الضغط على الإعجاب بنسبة 75% .

- **الفايسبوك:**

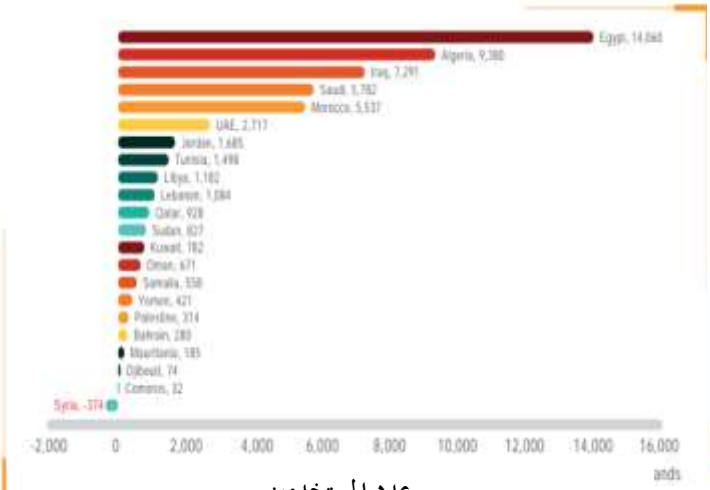




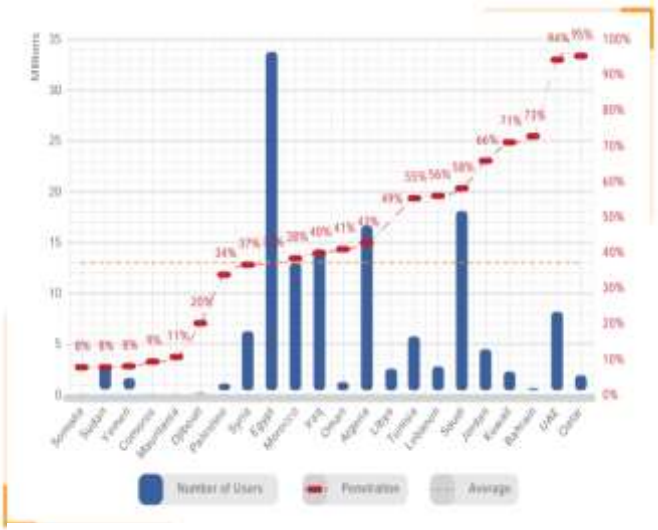


تطور استخدام الفايسبوك في المنطقة العربية من عام 2010 إلى عام 2017

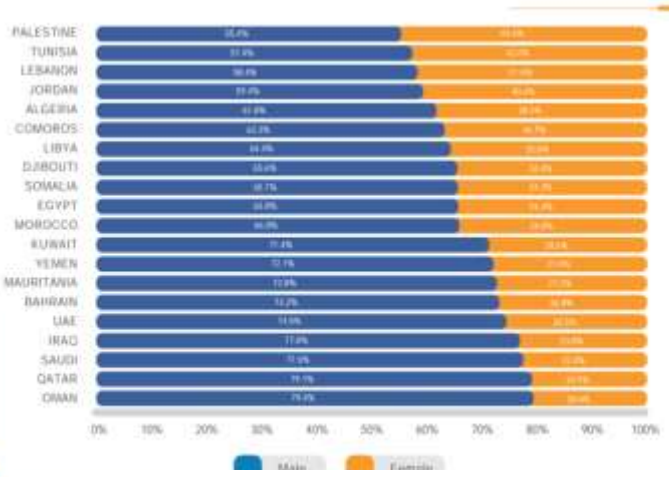
عشرة دول عربية الأكثر استخدما للفايسبوك



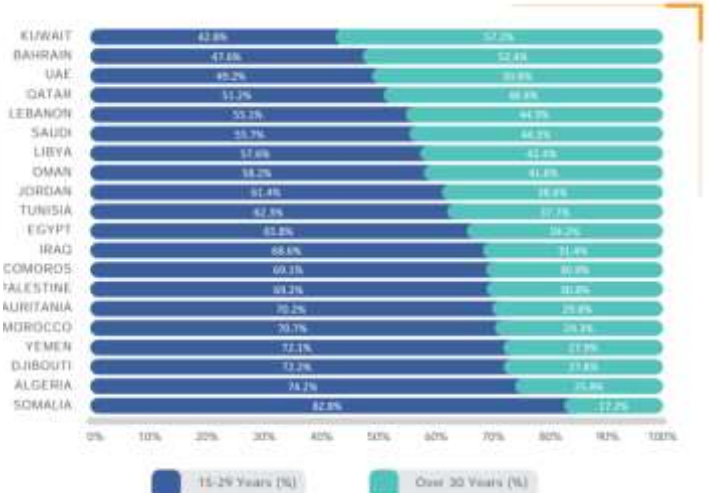
عدد المستخدمين



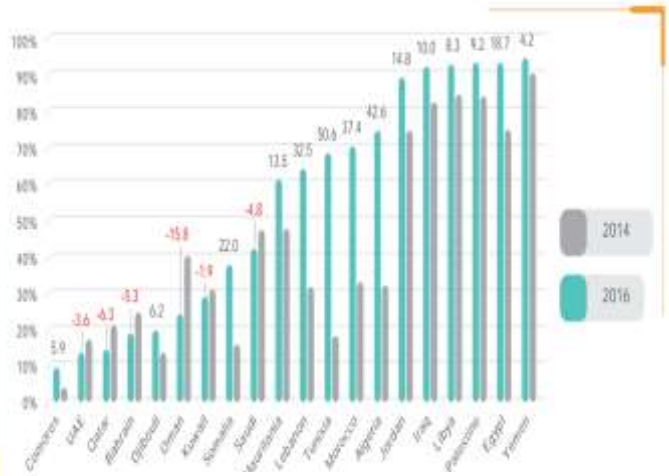
عدد الحسابات، نسبة الاختراق، ومعدل الانتشار



جنس مستخدمي الفايسبوك



الفئة العمرية لمستخدمي الفايس بوك



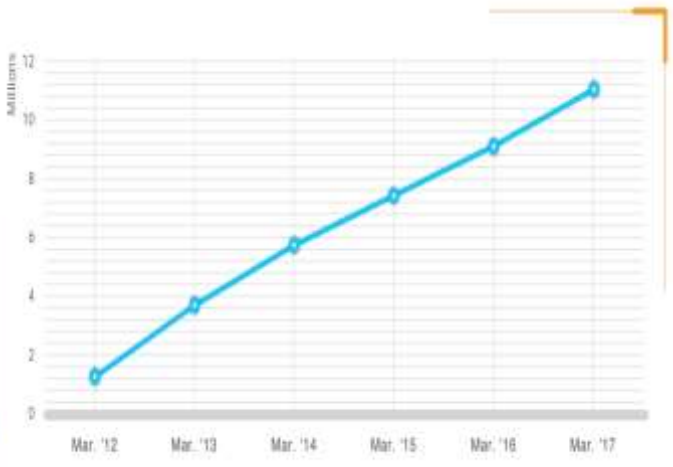
تطور استخدام اللغة العربية في الفايسبوك بين سنتي 2014و2016

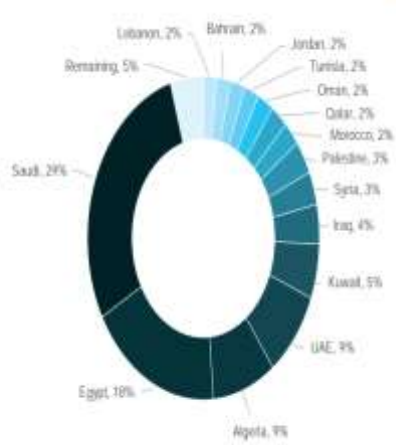
تطور استخدام اللغة الفرنسية في الفايسبوك بين سنتي 2014و2016

تطور استخدام اللغة الانجليزية في الفايسبوك بين سنتي 2014و2016

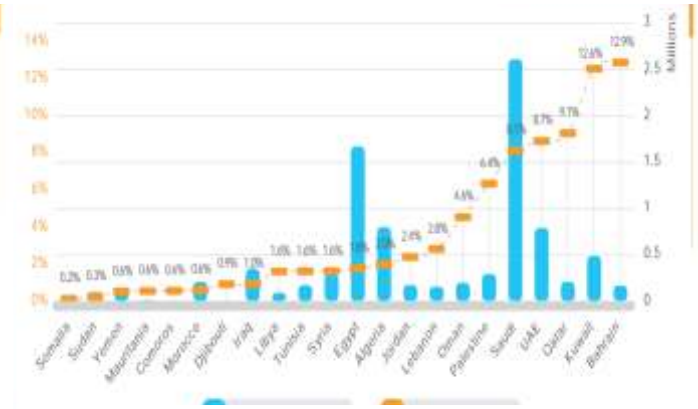
عدد الحسابات وعدد الحسابات الفعلية النشطة

التويتر:



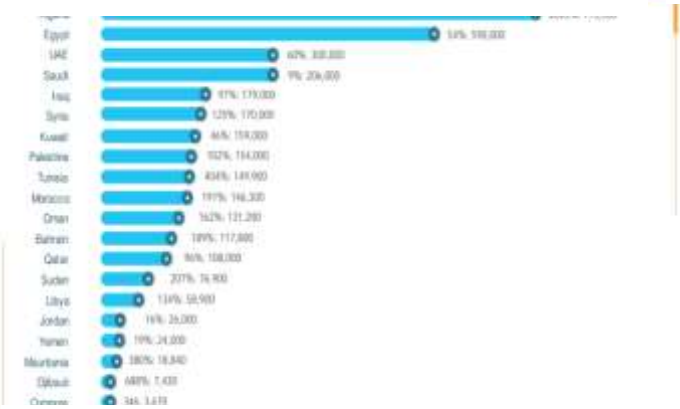


تطور استخدام التويتر في المنطقة العربية من عام 2010 إلى عام 2017

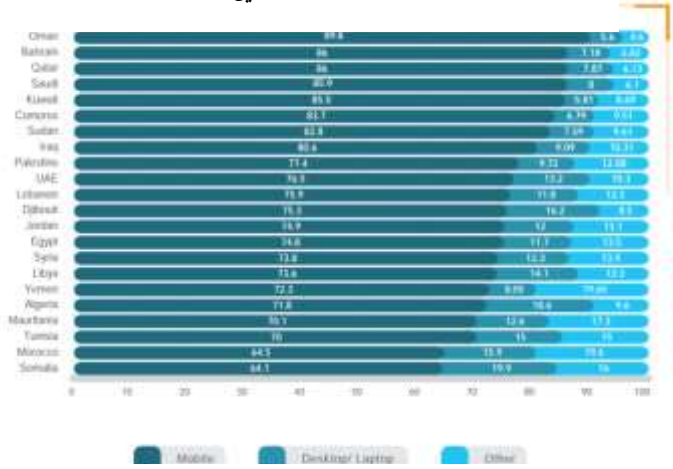


عدد الحسابات، نسبة الاختراق، ومعدل الانتشار

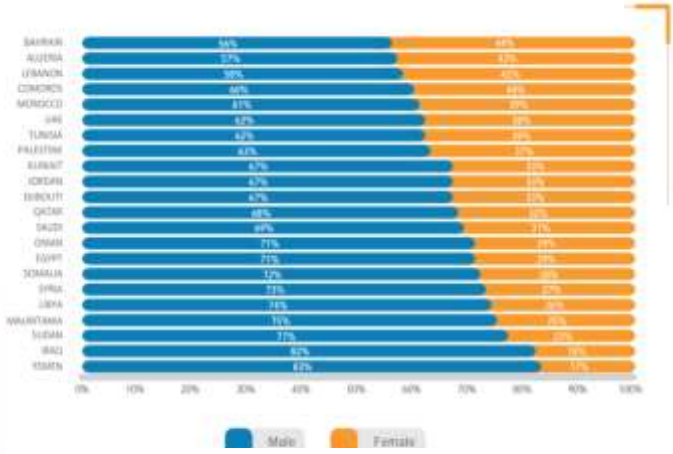
نسبة استخدام التويتر في الدول العربية 2017



عدد المستخدمين

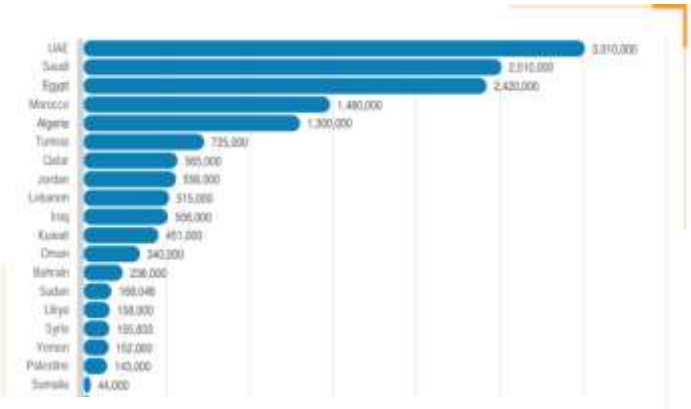


وسائط استخدام التويتر

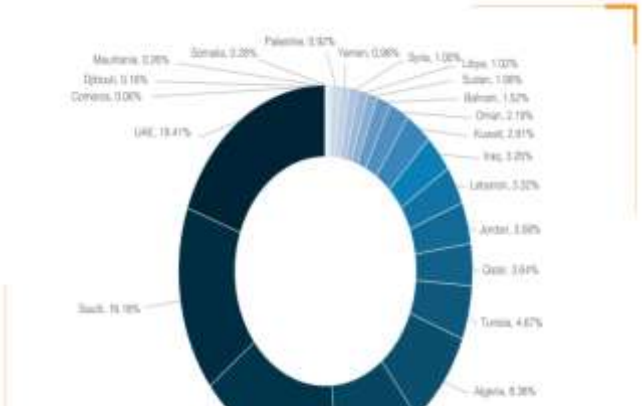


جنس مستخدمي التويتر

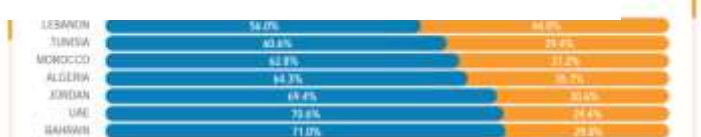
➢ لينكد إن :



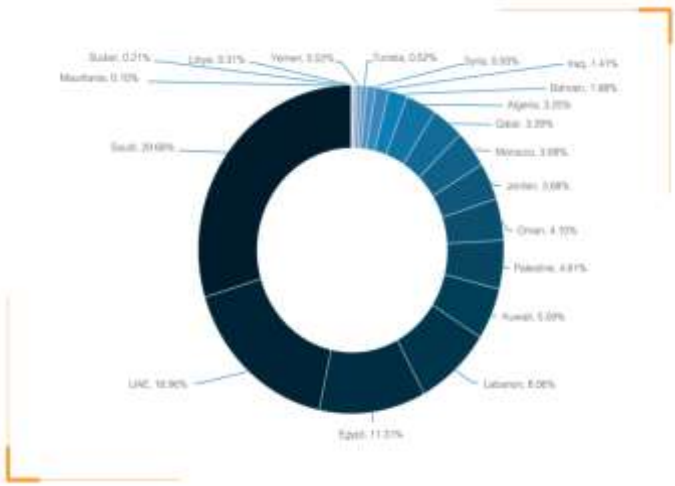
عدد المستخدمين

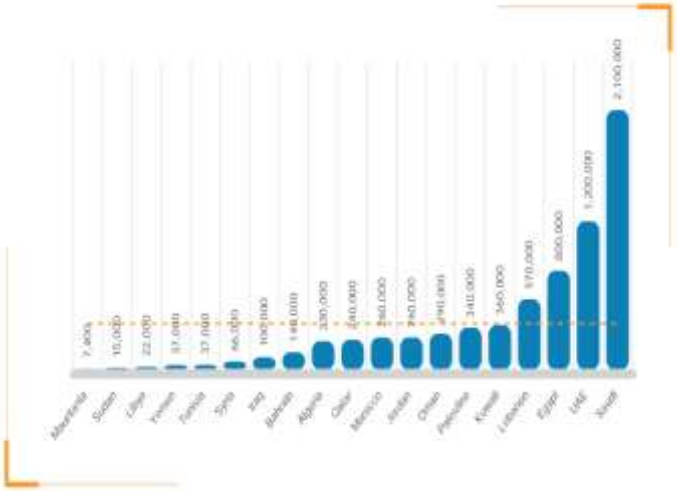


نسب الاستخدام في الدول العربية

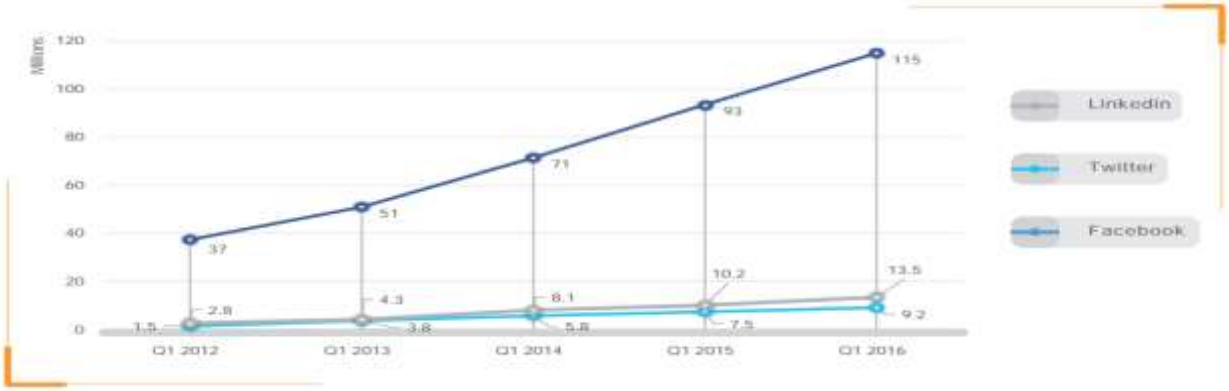


➢ الانستغرام :



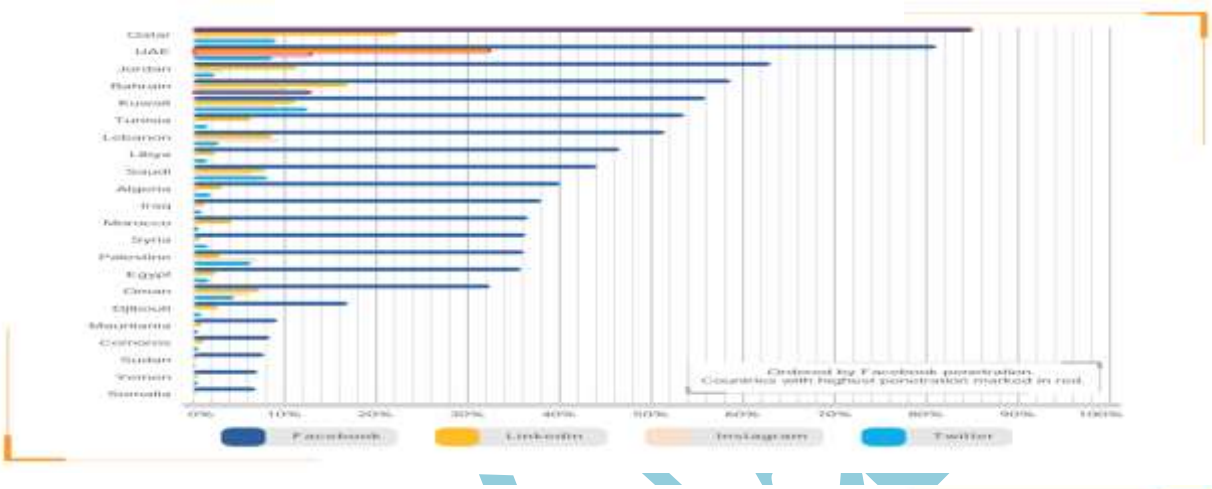


➢ وإجمالا فقد توصل التقرير إلى النتائج التالية:



مجلة حقائق

تطور الاستخدام من 2012 – 2016



نسبة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي في الدول العربية

نسبة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي للشباب والنساء

نسبة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية مقارنة بنسبة الاستخدام العالمي

أورد التقرير الذي قمنا بسرد بعض نتائجه، قراءة للاستخدامات بشكل يساعدنا على عملية الفهم فقط ، لأن مثل هذه النتائج الرقمية لا تبين لنا طبيعة الاستخدامات وتمثلاتها وكذلك دوافعها، بقدر ما تضع الباحث أمام تجليات رقمية تساعده على الإثبات و/أو النفي عن النتائج التي سيتحصل عليها من خلال دراسة الاستخدام دراسة علمية، ويمكننا في هذا المجال أن نشير إلى تقرير عام 2015، والصادر عن نفس الهيئة والذي بحث عن بعض تمثلات المستخدمين لهذه الشبكات وكذلك دوافع استخدامهم[89]:

تمثلات المستخدمين العرب لشبكات التواصل الاجتماعي

استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية

الأنشطة الأكثر شيوعا بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية

3. استخدامات الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي:

النتائج السابقة التي تم استخلاصها، من مختلف التقارير التي قامت بها بعض المؤسسات العلمية، قد جاءت ضمن السياق العربي مع وجود لفئات من المستخدمين على اختلاف شرائحهم العمرية، إلا أنه يمكننا قراءة ما يهمنا في الموضوع – استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي-، بين ثنايا هذه النتائج.

3- http://www.arabsocialmediareport.com/home/index.aspx,10/07/2015,17:00.

فقد تبين بأن الجزائر تحتل المرتبة الثالثة من بين أكثر الدول العربية استخداما للفايسبوك حيث بلغ عدد مستخدميه أكثر من 9 ملايين، أي بنسبة 74.2% منهم من فئة الشباب بين (15 – 29 سنة)، و 61% منهم من الذكور والبقية من الإناث.

أما التويتر فهو أقل نسبة حيث أن نسبة مستخدميه في الجزائر تمثل 9% من نسبة الاستخدام العربي، 57% منهم من الذكور، حيث أن 71% منهم يستخدمونه عبر الهاتف النقال.

وبالنسبة للموقع لينكد إن فإن نسبة الاستخدام كانت 8.36% من نسبة الاستخدام العربي حيث بلغ عدد المستخدمين 1.300.000 مستخدم، 79% منهم أقل من 35 سنة، ويبقى الانستغرام بنسبة أقل 3.25 % من نسبة الاستخدام العربي.

وفي هذا الصدد سنحاول استقراء نتائج بعض الدراسات الجزائرية التي ربطت بين الشباب الجزائري واستخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي سيفيدنا حتما في الاستئناس بنتائج هذه الدراسات، وحتى يتسنى لنا كذلك سد الفراغ النظري المتعلق بهذه العلاقة الارتباطية، انطلاقا من دراسات علمية – على الرغم من ملامح القصور في الكثير من جزئياتها - :

ففي الدراسة التي قام بها (السعيد بومعيزة) المعنونة بـ" المعولم والمحلي في الممارسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري"، توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج المتعلقة بطبيعة الاستخدامات لهذه الفئة لشبكات التواصل الاجتماعي[90]:

- أن معظم الشباب يحملون تصورات ايجابية عن شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتبرونها كمصدر معلومات أساسا وهذا التصور يتطابق مع التصور الاجتماعي العام للانترنت في جميع بلدان العالم.
- لا يرى معظم المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي كمواقع للدعاية الدينية أو السياسية وهذا يرجع أساسا إلى عزوف الشباب الجامعي عن التوظيف السياسي للدين وعن السياسة عموما.
- أن الدردشة ليست ممارسة شائعة لدى مجموع أفراد العينة، والذين يمارسونها، أكثر من نصف المبحوثين، لا يفعلون ذلك بصفة منتظمة وإنما من حين إلى آخر، وتمارس الإناث الدردشة مع جزائريين أكثر من العرب أو جنسيات أخرى، بينما الذكور يمارسون الدردشة مع العرب وجنسيات أخرى أكثر من الجزائريين.
- أن المواضيع الأكثر حضورا في دردشة المبحوثين هي المواضيع الاجتماعية والرياضية والعاطفية، ولم تحظ المواضيع الدينية والسياسية إلا باهتمام قليل جدا مما قد يفسر عزوف الشباب الجامعي الجزائري عن السياسة عموما وعن التوظيف السياسي للدين بصفة خاصة.

وفي دراسة (شريفة طبيب) المعنونة بـ" أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري الفايسبوك نموذجا"، توصلت الباحثة لمجموعة من النتائج رغم قصرها على موقع الفايسبوك فقط[91]:

- استخدام الفايسبوك أكثر من ثلاث ساعات في اليوم الواحد يؤدي بالفرد إلى الإدمان ومن ثم التسبب بمشاكل صحية ونفسية واجتماعية وأخلاقية خطيرة

---

[90] – السعيد بومعيزة، المعولم والمحلي في الممارسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري، الشباب والميديا، تونس ،2013، ص ص 222 – 225.

[91] – شريفة طبيب، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري الفايسبوك نموذجا، مداخلة ضمن ملتقى الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014، ص ص 14- 15.

- أن السبب الحقيقي وراء استخدام الفرد للفايسبوك هو إحساسه بفراغ اجتماعي وعاطفي والذي يتحقق نسبيا بالنظر إلى أن دوافع الاستخدام قد تتغير تبعا لمتغيرات الجنس والسن وكذا للحالة النفسية للمستخدم وطبيعة علاقته بمعارفه ومحيطه الاجتماعي الذي يعيش فيه والتي تدفعه لاستخدام الموقع.
- أن مستخدم الفايسبوك في الجزائر مستخدم نشط لديه العديد من الحاجات التي يسعى لإشباعها من خلال استخدامه للموقع وانتقائه للمحتوى، هذه الحاجات والدوافع تتغير تبعا للعديد من المتغيرات الاجتماعية والنفسية، وحسب نتائج الدراسة تأتي في مقدمة هذه الحاجات الحاجة إلى التواصل وربط علاقات صداقة.

-كثرة استخدام الفرد للفايسبوك واستغراقه الطويل في الموقع لإشباع حاجاته أدى إلى تأثيرات متعددة على طبيعة علاقته بمحيطه الواقعي خاصة منها الأسرة والأصدقاء من خلال انسحابه الملحوظ من التفاعل الاجتماعي.

-تسمح العلاقات عن طريق الفايسبوك خاصة لدى استخدام الفرد لهويات مستعارة بالتكلم بصراحة وجرأة دون حرج وقيود وفي مختلف المواضيع أكثر من العلاقات المباشرة وجها لوجه، وبطبيعة الحال فهذه الظاهرة لديها العديد من الأبعاد من بينها تفجير المكبوتات النفسية والاجتماعية وتجاوز التابوهات الغير مصرح بها في المجتمع.

وفي دراسة (عادل قايد) المعنونة بـ " تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين" فقد توصل الباحث لمجموعة من النتائج أهمها[92]:

- يستخدم أغلب أفراد العينة الموقع بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء لجانب التثقيف.
- استخدام الموقع يسفر عن الانسحاب الملحوظ من التفاعل الإجتماعي ، ويؤثر في تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم.
- يقضي نسبة كبيرة من الشباب الجامعي أكثر من ثلاث ساعات يوميا أمام مواقع التواصل الاجتماعي.
- الشباب الجامعي يستخدم موقع الفايس بوك لإشباع بعض الرغبات والاحتياجات التي لا توفرها وسائل الاتصال التقليدية كالبحث عن أصدقاء جدد والوصول إلى أصدقاء يصعب الوصول إليهم بطرق الاتصال التقليدية.
- أن جنس أغلب المبحوثين هم ذكور بنسبة 65.71%في حين أن نسبة 34.28%تمثل الإناث.
- أن أغلب المبحوثين ينتمون للفئة العمرية من 20إلى 23سنة بنسبة % 47.14تليها الفئة العمرية 24إلى 27سنة بنسبة % 44.28وأخيرا نسبة 08.57تمثل الفئة العمرية 28سنة فأكثر.
- يستخدم أغلب المبحوثين الفايسبوك "دائما" بنسبة ، 81.42%و يقضون ثلاث ساعات فأكثريوميا في استخدام الفايسبوك بنسبة 65.7%.
- أغلب المبحوثين يفصحون عن هوياتهم في الفايسبوك و بنسبة 87.14%و ذلك قصد إنشاء صداقات متينة.

1- عادل قايد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين، العدد 02، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة ابن خلدون تيارت،الجزائر، 2014، ص158.

أن الجنسيات الغربية هي أكثر الجنسيات التي أسس معها المبحوثون صداقات بنسبة ..52.85%بالإضافة إلى الصداقات الجزائرية التي تعتبر مهمة في نظر 88.57%لتشابه طريقة التفكير و لمناقشة قضايا المجتمع الجزائري الأمر الذي يطرح أهمية الفايس بوك و في الوقت ذاته خطورته.

4. قراءة قيمية ثقافية لاستخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

يمكن أن نحصر جوانب القراءة القيمية الثقافية في شقها الإيجابي على النحو التالي:

- **تعزيز القيم:** يرتبط التعزيز بتثبيت مواقف الفرد السابقة وإعطائها ألفة إضافية، ولعب تعبير التعزيز دورا أساسيا في فهم تأثيرات وسائل الاتصال في المجتمع، وقد عالج (لازارسفيلد) هذا الموضوع في دراساته الميدانية وأشار في مقولته المعروفة إلى أن " وسائل الاتصال لا تغير آراء الناس ومواقفهم بقدر ما تعمل على تدعيم هذه الأخيرة"، ويرتبط هذا الطرح بافتراض أن العامل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية أساس تكوين الآراء والمواقف، وأن الإعلام يبني على ذلك ويعزز ما أنتجته العلاقات الاجتماعية، وفي منظور (عزي عبد الرحمان)، فإن التعزيز يكون مشروطا بتوافق العاملين الاجتماعي والاعلامي[93].

- **تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي:**تحدث وسائل الاتصال الإحساس بالانتماء إلى المجتمع الذي تربطه صفات مشتركة كالقيم والثقافة واللغة والتاريخ والتجربة والحيز الجغرافي ويزداد هذا الدور في المجتمعات المتعددة الأجناس واللغات والمعتقدات، فيكون دور وسائل الاتصال لم الشمل[94].

- **توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة:** ساهمت وسائل الاتصال في نشر المعرفة والثقافة في أوساط واسعة من المجتمع، فقد لعبت الصحافة المكتوبة العربية دورا رائدا في نشر الأدب والمعرفة بصفة عامة، ويبرز هذا الدور المعرفي أيضا في وسائل الاعلام الأخرى، إذ لا تتأثر هذه الأخيرة بعائق أمية المتلقي وفي تاريخ الصحافة العربية فقد لعبت هذه الأخيرة دورا في نشر الوعي الوطني الذي أدى الى الاستقلال، كما أن هذه الوسائل أوجدت نوعا من الثقافة أو اللغة المشتركة التي تتوجه إلى القاسم المشترك بين افراد الجمهور إضافة إلى ذلك فإن الثقافة المعاشة في الواقع تتسع عندما تنتقل إلى وسائل الاتصال[95].

- **معايشة عوالم متعددة تحمل الإنسان عبر الزمان والمكان:** تقدم وسائل الاتصال إمكانية تجربة عوالم قد لا تكون حاضرة في واقع الفرد المتعامل مع الوسيلة الإعلامية فوسائل الاتصال تنقل الفرد على عدة عوامل رمزية وخيالية تجعل هذا الأخير يبتعد ولو إلى حين عن هموم الواقع ويجد التعويض في هذه المنظومة الرمزية الخيالية[96].

أما على المستوى السلبي:

- **تحييد القيم:** يقصد بتحييد القيم إبعادها كعوامل مؤثرة وتتمثل ذلك في تغييب القيم في المحتويات وخاصة الترفيهية إذ لا تتقيد هذه الأخيرة بنظام مع القيم إنما تتبنى على مبدأ ما يمكن أن يسوق إلى الجمهور الواسع، وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن

---

[93] – عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان،2011، ص 112.

[94] – المرجع نفسه، ص 113.

[95] – المرجع نفسه، ص 113.

[96] – المرجع نفسه، ص 114.

رغبات الجمهور وأذواقه عادة ما تكون نتاج ما تعرضه وسائل الاتصال، فإن عملية استثناء القيم في المحتويات تكون دائرية فوسائل الاتصال تعرض ما يرغب فيه الجمهور يرتبط بوسائل الاتصال التي تحقق له رغباته وقد أدى ذلك إلى انتشار محتويات العنف والجنس وغيرهما في المحتويات ذات الطبيعة التجارية[97].

- **جمهرة الثقافة (التبسيط والتشويه)** : يقصد بالجمهرة في هذا السياق محاولة كسب الجمهور الواسع على حساب النوعية فالثقافة ارتقاء، أما ما تبثه وسائل الاتصال على وجه الخصوص المسموعة والمرئية فإنها ثقافة سميت بالجماهيرية، وتعني الثقافة الجماهيرية تلك الثقافة التي تنتجها وسائل الاتصال الساعية إلى التأثير الدعائي وإحداث احتياجات وهمية أو حقيقية لدى الجمهور الواسع، وتتأثر هذه الثقافة في دلالتها كلما كان الهدف الوصول إلى الجماهير الواسعة وقد اعتبر منظور الثقافة الجماهيرية أن هذه الأخيرة متأثرة بالعامل التجاري الهادف إلى استمالة الجمهور وارضاءه بغض النظر عن طبيعة المحتوى الذي عادة ما يتوجه إلى الرغبات الآنية والغرائز فيكون الجمهور وسعته أساس نجاح البرامج لا المحتوى في حد ذاته[98].

- **تقليص المحلي وتوسع العالمي:** يعني ذلك أن الاهتمام بالأحداث الخارجية في الثقافة الواحدة قد يكون على حساب الواقع المحلي، وعملت تكنولوجيا الاتصال " الواقع الخائلي" أن تسقط الحاضر بين الواقعي والوهمي، وبين الحاضر والغائب دون ارتباط بثقافة أو مجتمع أو مكان محدد[99].

- **إضعاف الحساسية اتجاه الممنوعات الثقافية:** بعض محتويات وسائل الاتصال التي تخل بالقيم الثقافية تعمل مع الزمن على إضعاف درجة الانفعال أو المقاومة التي تصاحب هذه المحتويات في بداية أمرها، وبين العديد من الباحثين أن تكرار الرسالة التي تخرج عن سياق الثقافة قد يؤدي إلى اضعاف الحساسية ومن ثم لا يقدر المتلقي على فقد الرسالة أو الشك فيها[100].

الخاتمة:

وأخيرا، تبقى الرهانات القيمية أحد الرهانات التي ينبغي على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أن يأخذها بعين الاعتبار في سلوكه الاستخداماتي، فالعملية التواصلية رغم افتراضيتها ورمزيتها، إلا أنها تحمل أبعادا قيمية وثقافية تعمل إما على تأصيل الفعل القيمي الثقافي أو تحييده، وعليه فالانبهار التقني بهذه الفضاءات ينبغي أن لا يجعلنا إطلاقا نفقد حس النقد انطلاقا من سياقاتنا التي لها ما يميزها ويعطي لها خصوصية.

---

[97] – المرجع نفسه، ص 114.

[98] – المرجع نفسه، ص 115.

[99] – المرجع نفسه، ص 116.

[100] – المرجع نفسه، ص 119.