

الحكمة

للدراستات الاعلامية
والاتصالية

مجلة دولية دورية مستقلة محكمة متخصصة

تعنى بالبحوث في مجال علوم الاتصال

والاعلام بجميع تخصصاته



العدد الأول المجلد الثاني عشر

2024

رئيس التحرير

د.مراد كموش

مدير التحرير

الأستاذ الدكتور: عبد القادر تومي

هيئة التحرير العلمية

- | | |
|---|-------------------------------|
| أ.د. السعيد بومعيزة- البلدية | أ.د. فضيل دليو- قسنطينة |
| أ.د. وحيدة سعدي- عنابة | أ.د. صالح بن نوار- أم البواقي |
| أ.د. رايح الصادق. دبي- الإمارات العربية المتحدة | أ.د. عبد الحق بن جديد- عنابة |
| أ.د. شريف درويش اللبان- القاهرة | أ.د. فضة عباسي - عنابة |
| أ.د. مرفت محمد كامل الطرابيشي - مصر | د.د. عبد القادر قروني- عجمان |
| أ.د. محمود إسماعيل - مصر | أ.د. محمد قيراط- قطر |
| د. امل نبيل بدر - دبي الامارات العربية المتحدة | |

الجمع والتصنيف والخراج

سي هادي كريمة

الإيداع القانوني: 2353-0502

جميع الحقوق محفوظة

تصدر عن مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع

العنوان: حي المجاهدين رقم 22 بن عكنون – الجزائر

الهاتف : 0556 01 36 02

elhikma.media@gmail.com

kounouzelhikma@yahoo.fr

www.kounouzelhikma.net.dz

الهيئة العلمية المشرفة على مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية

الجامعة	اسم ولقب الباحث
منتوري قسنطينة-الجزائر	1. أ.د. فضيل دليو
أم البواقي-الجزائر	2. أ.د. صالح بن نوار
قطر	3. أ.د. محمد قيراط
قطر	4. أ.د. كمال حميدو
عنابة-الجزائر	5. أ.د. وحيدة سعدي
عنابة-الجزائر	6. أ.د. فضة بصلي عباسي
الجزائر3	7. أ.د. السعيد بومعيزة
باتنة-الجزائر	8. د. بدرالدين زواقة
عنابة-الجزائر	9. د. سميرة سطوطاح
دبي-الإمارات العربية المتحدة	10. د. الصادق رايح
مصر	11. د. عبد العزيز السيد عبد العزيز
الزيتونة-ليبيا	12. د. محمد على الأصفر
البحرين	13. د. عوض هاشم
البحرين.	14. د. عبد الكريم العجبي حسين الزباني
الإمارات للتكنولوجيا-أبوظبي	15. د. محمد أحمد فياض
Texas Southern University	16. د. جاب الله محمد حسن
الإمارات للتكنولوجيا-أبوظبي	17. د. هبة أحمد صالح الديب
السودان	18. نادية إبراهيم أحمد علي
عجمان-الإمارات العربية المتحدة	19. د. نصر الدين عبد القادر عثمان علي
الأردن	20. د. هاشم احمد نغميش الحمامي الزوبعي
مصر	21. د. مرفت الطرابيشي
اليمن	22. د. محمد حميد صالح
طرابلس	23. د. لطيفة علي الكميثي
العين-الإمارات العربية	24. د. خزيم سالم علي الخالدي
الأمير عبد القادر-الجزائر	25. د. ليلى فلالي
عنابة-الجزائر	26. د. عبد الحق بن جديد
الأمير عبد القادر-الجزائر	27. د. رقية بوسنان
سطيف-الجزائر	28. د. ياسين قرناني
الجزائر3	29. د. أحمد فلاق
الجزائر3	30. د. رشيدة سبتي
الجزائر3	31. أ.د. نبيلة بوخبرة

قواعد النشر في مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية

ترسل جميع البحوث أو الدراسات المقدمّة للنشر في مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية إلى متخصصين لتحكيمها حسب الأصول والمعايير الدولية في المجال مثل المتبوعة في المجلات إعلامية عالمية: (Journalism studies, Journalism and mass communication Quarterly). الخ. ويلقى البحث أو الدراسة القبول، أو القبول بعد تعديلات طفيفة، أو قبول بعد تعديلات جوهرية، أو الرفض. كما أن البحوث المرسلة إلى المجلة تخضع إلى قراءة أولية من اللجنة الاستشارية لتقرير أهليتها للتحكيم والتزامها بقواعد النشر.

ترسل جميع البحوث أو الدراسات المقدمّة للنشر في مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية إلى متخصصين لتحكيمها حسب الأصول والمعايير الدولية في المجال. ويلقى البحث أو الدراسة القبول، أو القبول بعد تعديلات طفيفة، أو قبول بعد تعديلات جوهرية، أو الرفض. كما أن البحوث المرسلة إلى المجلة تخضع إلى قراءة أولية من اللجنة الاستشارية لتقرير أهليتها للتحكيم والتزامها بقواعد النشر التالية.

-لا يزيد حجم النص على 20 صفحة كحد أقصى، وأن لا يقل على 15 صفحة كحد أدنى، على ورق (A4)، بحجم 16

TraditionalArabic

للنصوص في المتن، و12 في الهامش مع ترك مسافة 1.5 بين السطور. وللمجلة أن تلخص أو تختصر النصوص التي تتجاوز الحد المطلوب.

-أن يصبح المقال بملخص بلغة غير لغة نص المقال (فرنسية أو إنجليزية) في حدود (150-200 كلمة)-لا ينشر المقال دون الملخص والكلمات الدالة.--- يرجى من الكاتب إرسال ملخص عن سيرته الذاتية مع صورة إلكترونية حديثة خاصة بصاحب المقال.
-المجلة غير ملزمة بإعادة النصوص إلى أصحابها نشرت أم لم تنشر، وتلتزم بإبلاغ أصحابها بقبول النشر، ولا تلتزم بإبدا أسباب عدم النشر. تحفظ المجلة بحقها في نشر النصوص وفق خطة التحرير ورقيا وإلكترونيا وحسب التوقيت الذي تراه مناسباً.
-لا تنبئ المجلة اتجاهها أيديولوجيا محددًا، ولا تخضع لقبود غير قيود العلم ومعايير الأخلاقية. لذلك فالنصوص التي تنشر في المجلة تعبر عن آراء كتابها، ولا تعبر بالضرورة عن رأي المجلة.

تنشر المجلة ما يلي

أولاً: البحوث الميدانية والبحوث النوعية التحليلية أو الفكرية:

يورد الباحث مقدمة يمد فيها لمشكلة البحث وأسئلته مبيناً فيها أهميته وقيمه في الإضفاء إلى العلوم والمعارف وإثرائها بالجديد، ثم يقسم العرض بعد ذلك إلى أقسام متسلسلة ومتراصة على درجة من الاستقلال فيما بينها، بحيث يعرض في كل مرة منها فكرة مستقلة ضمن إطار الموضوع الكلي ترتبط بما سبقها وتمهد لما يليها، ثم يختم الموضوع بخلاصة شاملة وتوجهات، وأخيراً يثبت قائمة بالمراجع.

-يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي (الجامعة التي يعمل بها) وبريده الإلكتروني بعد عنوان البحث مباشرة.

-إن سياسة المجلة تستوجب (بقدر الإمكان) أن يتكون البحث من الأجزاء التالية (للبحوث الإمبريقية):

-مقدمة الدراسة: وتتضمن الإطار النظري للبحث وتكون الدراسات السابقة جزء منها ومندمجة في جسم المقدمة أي بدون عنوان مستقل. -مشكلة الدراسة وأهدافها وأسئلتها أو فرضياتها. -أهمية الدراسة. -محددات الدراسة. -التعريف بالمفاهيم أو المصطلحات. -تحديد منهج الدراسة. -تحديد مجتمع الدراسة وعينته. -تحديد أدوات جمع البيانات واختبار صدقها وثباتها. -عرض نتائج الدراسة ومناقشتها. -تدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في النص وتكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية أسفلها. -تذكر الهوامش آخر المقال وترقم داخل المتن. -تذكر قائمة المصادر والمراجع مرتبة هجائياً حسب اسم الشهرة ووفق نظام (APA) في آخر البحث. -ترسل الأبحاث أو الدراسات عبر البريد الإلكتروني للمجلة

تنشر المجلة البحوث الآتية

أولاً: البحوث الميدانية (الإمريقية):

يورد الباحث مقدمة يبين فيها طبيعة البحث ومبرراته ومدى الحاجة إليه، ثم يحدد مشكلة البحث، ثم يعرض طريقة البحث وأدواته، وكيفية تحليل بياناته، ثم يعرض نتائج البحث ومناقشتها والتوصيات المنبثقة عنها، وأخيراً يثبت قائمة المراجع.

ثانياً: البحوث النوعية التحليلية أو الفكرية:

يورد الباحث مقدمة يمهّد فيها لمشكلة البحث وأسئلته مبيّناً فيها أهميته وقيّمته في الإضفاء إلى العلوم والمعارف وإثرائها بالجديد، ثم يقسم العرض بعد ذلك إلى أقسام متسلسلة ومتراصة على درجة من الاستقلال فيما بينها، بحيث يعرض في كل مرة منها فكرة مستقلة ضمن إطار الموضوع الكلي ترتبط بما سبقها وتمهد لما يليها، ثم يختتم الموضوع بخلاصة شاملة وتوجيهاً، وأخيراً يثبت قائمة بالمراجع.

01- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي (الجامعة التي يعمل بها) وبريده الإلكتروني بعد عنوان البحث مباشرة.

02- إن سياسة المجلة تستوجب (بقدر الإمكان) أن يتكون البحث من الأجزاء التالية (للبحوث

الإمريقية):

-مقدمة الدراسة: وتتضمن الإطار النظري للبحث وتكون الدراسات السابقة جزءاً منها ومندمجة في

جسم المقدمّة أي بدون عنوان مستقل.

-مشكلة الدراسة وأهدافها وأسئلتها أو فرضياتها.

-أهمية الدراسة.

-محددات الدراسة.

-التعريف بالمفاهيم أو المصطلحات.

-تحديد منهج الدراسة.

-تحديد مجتمع الدراسة وعينته.

-تحديد أدوات جمع البيانات واختبار صدقها وثباتها.

-عرض نتائج الدراسة ومناقشتها.

03- تدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في النص وتكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية أسفلها.

04- تذكر الهوامش آخر المقال وترقم داخل المتن.

05- تذكر قائمة المصادر والمراجع مرتبة هجائياً حسب اسم الشهرة ووفق نظام (APA) في آخر البحث.

06- ترسل الأبحاث أو الدراسات عبر البريد الإلكتروني الحالي: Elhikma.media@gmail.com

الفهرس

الصفحة	المقال	الرقم
08-07	بقلم مراد بوعباش	الافتتاحية
36-09	التربية على الصورة: بين البيداغوجيا والسيمولوجيا د. عمر الجملي جامعة قفصة/ تونس	01
77-37	فاعلية دورات التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي في الأردن د. أمجد عمر صفوري جامعة الزرقاء، الأردن، ، د. إبراهيم جمال صري كلية الإعلام، جامعة الزرقاء	02
98-78	اسهام موقع الفايسبوك في تشكيل الوعي بضرورة سلمية الحراك الشعبي الجزائري د. فتيحة بارك جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف (الجزائر) د. نجاة بن صالح جامعة لونيبي علي- البليدة 2 (الجزائر)	03
137-99	الانتقال القيمي اللاواعي (UVT) : مسعى نظري إستكشافي عادل شهب جامعة جيجل (الجزائر)	04
146-138	التحقيق الصحفي ومتطلبات تحريره فلة مكيري جامعة البليدة 2 (الجزائر)	05

الافتتاحية بقلم الدكتور كموش مراد

لقد أصبح للاتصال دور بالغ في حياة المجتمعات الحديثة، ولم يعد التعامل مع الاتصال باعتباره حلقة الوصل بين أفراد المجتمع وجماعته ومؤسساته بحاجة إلى تبرير، بل أصبحت العمليات الاتصالية تتم بصفة جد متداخلة مع واقع يتصف بالتعقد والتسارع الشديدين؛ وأمام تأكيد العديد من الباحثين والمختصين للدور الهام الذي أصبح يقوم به الاتصال كمتغير مهم يؤثر على جوهر العلاقات الاجتماعية، وخاصة على مستوى إدارة وتسيير علاقات المؤسسة في المجتمع، خصصت له الكثير من الدراسات النظرية والميدانية في معظم الدول المتطورة، داعية جميع المؤسسات مهما كانت طبيعة نشاطها إلى الاهتمام بعامل الاتصال، فنجاح واستقرار المؤسسة مرتبط بسياساتها الاتصالية ومدى قدرتها على تحقيق التوازن في المجتمع؛ وأمام استمرار وعي الرأي العام للمجتمعات الحديثة حول ما تريده المؤسسة من الجماهير ومدى قدرتها على تلبية مصالح الأفراد والجماعات من جهة، وارتفاع تقنية وسائل الإعلام وقوة تأثيرها كنظام يفرض رقابته على نشاط المنظمات وتسييراتها من جهة أخرى، دعت الحاجة إلى إيجاد آليات اتصالية تعتمد عليها المؤسسات من أجل ضبط تعاملاتها مع كل العناصر الفاعلة في المجتمع، وتأمين التحكم في قنوات الاتصال الداخلية والخارجية، بما يسهل تنقل المعلومات من وإلى المؤسسة.

وتعتبر العلاقات العامة من بين هذه الآليات الاتصالية الحديثة، التي يقال أنها برزت بشكل واضح بعد الحرب العالمية الثانية، وكانت مرتبطة بدرجة أولى بتحقيق التفاهم المتبادل بين الناس عن طريق تعميق الفهم والمعرفة والتوعية، ومنذ ذلك الوقت أخذت ممارستها عدة أشكال وفق نشوء وتطور المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وما نتج عنها من ظهور حاجات ملحة لأنشطة جديدة تهتم بعلاقات المؤسسات الصناعية والتجارية مع جماهيرها؛ وتجد العلاقات العامة تبريرها في كون المنظمة بصفة عامة ما هي إلا نظام مفتوح يجب أن يتفاعل مع مجموعة النظم المحيطة به انطلاقاً من العمل على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة وكسب تأييد الرأي العام، وبالنظر إلى الأدبيات وخاصة منها الإنجلوساكسونية، فيلاحظ أن العديد منها تميل إلى تعريف العلاقات العامة انطلاقاً من " أنها جملة من الجهود والقرارات والسياسات التي تبذلها المؤسسة وتهدف إلى تعزيز التفاهم بين المؤسسة وكل أو بعض جماهيرها "، بينما لا يختلف الباحثون في تحديدهم للعناصر الأساسية التي تقوم عليها العلاقات العامة وهي باختصار: المنظمة، والجمهور، وقنوات الاتصال.

التربية على الصورة: بين البيداغوجيا والسيميولوجيا

**Image Education: Between Pedagogy
and Semiology**

د. عمر الجملي

متفقد عام للمدارس الابتدائية

مدرّس عرضي بالمعهد العالي للدراسات التطبيقية في الإنسانيات / جامعة قفصة / تونس

jemliamor2014@gmail.com

General Inspector of Primary Schools

تاريخ الاستلام: 2024/01./29.. تاريخ القبول: 2024/03../04.. تاريخ النشر: 2024/03../30

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الصورة باعتبارها وسيطا ضروريا لتأمين التواصل بين الأفراد. وانطلاقا من ذلك التنبيه إلى الدور التربوي الذي تقوم به. للوصول بعد ذلك إلى إمكانية أن تكون في حد ذاتها موضوعا للتعلّم. ولتحقيق ذلك خُصنا في تاريخ الصورة باعتبارها أداة تواصلية، ووسيلة تعبيرية سبقت اللّغة، كانت تقوم بوظيفتها. وتناولنا الصورة باعتبارها وسيطا، شأنها في ذلك شأن بقية الوسائط، التي خصصنا لها حيزا في هذه الدراسة. ولأن الصورة بدأت لغة، فإنها تتميز بوظائف

سيمولوجية، سهلت اقتحامها للمجال التربوي، حتّى صرنا نتحدّث عن الصورة البيداغوجي، وذلك على غرار الصورة الصحافية والصورة الإشهارية. واقترحنا في النهاية الاشتغال على التربية على الصورة، بما هي ممارسة ذات طبيعة براكسيولوجية، تتجاوز التوظيف الديداكتيكي المستهلك للصورة. ولقد قدّمنا مثالا على ذلك، يوضح الفكرة التي تدور على وجوب اعتبار الصورة لغة قائمة بذاتها.

كلمات مفتاحية: الصورة، البيداغوجيا، التربية على الصورة، السيمولوجيا، الوساطة.

Abstract

This study aims to shed light on the image as a necessary medium for communication between individuals. And from that, to draw attention to the educational role it plays. To achieve this, we delved into the history of the image as a communicative tool and a means of expression that preceded language, which performed its function. We dealt with the image as a medium, just like other media, to which we devoted a space in this study. Because the image began as a language, it is characterized by semiotic functions, which facilitated its penetration into the educational field, until we started talking about the pedagogical image, similar to the press photo and the advertising photo. In the end, we proposed to work on image education as a praxeological practice that goes beyond the pedagogical use of the image. We have provided an example that illustrates the idea that the image should be considered a language in its own right.

Keywords: Image, pedagogy, image education, semiotics, mediation. _____

1. مقدمة

إن العلاقة بين ما نرى وبين ما نعلم، لم يتمّ تحديدها بعد.¹

جون برجر

كانت الصورة وسيلة التعبير والتواصل الأولى، حتّى قبل أن يخترع الإنسان الكتابة. ذلك الاختراع الذي نقله من أحقاب ما قبل التاريخ إلى التاريخ. بل أن المهمين بالأنثروبولوجيا يُشيرون إلى أن الصور المكتشفة في الكهوف التي اتخذها الإنسان الأوّل مساكن له، لم تكن في الحقيقة غير إرهاباته الأولى نحو الكتابة في حدّ ذاتها. والدليل على ذلك أن الكتابة كما نعرفها اليوم، مرّت تاريخياً عبر مرحلة تقوم على استعمال الصور الدلالية **Ideograms**. وهو ما نقف عليه مثلاً في كتابة اللّغة المصرية القديمة، التي لم تكن إلّا كتابة تصويرية. وعُرفت تلك الكتابة في العصر الراهن تحت مسعى الهيروغليفية. وهي كلمة يونانية تعني النقوش الحجرية المقدّسة. بل أنّ بعض اللّغات الحاليّة ما زالت محافظة على فكرة التوظيف الإيديوغرامي. وهو ما نجده مثلاً في كتابة اللّغة الصينية.

ومع أن الكتابة مثلّت ذلك المنعرج الحضاري الذي ارتبط بتاريخ الوجود الإنساني، إلّا أنّها بقيت مرتبنة باللّغة التي تمثّلها. ولم يكن ذلك الارتهان ملزماً، لأنّ بعض اللّغات بقيت شفويّة، ولم يحتج مستعملوها لسبب أو لآخر، إلى نظام رمزي لتمثيل أصواتها كتابياً. ويأتي مفهوم القراءة في اللّغات المكتوبة، مرتبطاً بفكّ الرموز المكتوبة من جهة، وبمطابقة تلك الرموز بالأصوات التي تمثّلها من جهة أخرى. وهو

¹ John Berger (cited in Goodheart, 2000, p. A27)

شرط مطلوب تحقيقه للتمكن من عملية الفهم في مستواها الأدنى. وهو ما يتوقف عليه نجاح عمليّة التواصل. باعتبارها الوظيفة الأساسية لكل اللغات.

غير أنّ الصورة ومنذ ظهورها، تحلّت بوظيفة بلاغية ذاتية، ومثّلت وسيلة عالميّة للتواصل. وهو ما لم تتمكن منه الكتابة بالرغم من دورها التاريخي الذي تمّ ذكره. ويُنسب إلى كونفوشيوس الرأي القائل إنّ صورة واحدة تُعادل ألف كلمة. وهو ما يُحيلنا إلى أن إمكانية أن تحلّ الكلمة محلّ الكلمات، بحيث تُصبح لغة قائمة بذاتها، تبقى واردة في عصر أصبح عصر الصورة بامتياز.

ومع الانفجار المعلوماتي الذي حدث بظهور الانترنت، تسارع انتقال الصور وتبادلها بشكل أسي. وصارت العلاقات الاجتماعية تستند إلى الصورة، وترتبط بها. وهو ما سبق لباختين التنبؤ به حين أعلن أنّ نظريات التواصل تعلّمنا أنّ فعل التواصل لا يتعلّق فقط بنقل المضامين، ولكنه يتعدّى ذلك إلى تأسيس علاقة اجتماعية (Peraya, 1998). ذلك أنّ الصورة أصبحت تشكّل موضوعا تواصلية. فهي تواصلية لأنّها أداة تحقّق التواصل، وهي في نفس الوقت اتّصالية، باعتبارها تقدّم معلومات للمتلبّل. وهو ما يجعلنا نعتقد في وجود وظيفة إبلاغية للصورة، جعلتها تقتحم الميدان التربوي منذ القرن السادس عشر (Gunthert, 2014). ذلك أنّه من الممكن أن نتصوّر أن المتقبل قد يكون تلميذا. وأنّ وظيفة الإبلاغ ستتحوّل إلى وظيفة تعليمية، تهدف إلى تعليم ذلك التلميذ.

ولا بدّ هنا من التنبيه إلى أنّ الصورة كانت قبل ذلك، منبوذة من طرف المرّتين. ذلك أنّ أفلاطون اعتبرها عائقا يحول بين المرّبي وهدفه الذي يتمثّل في قيادة العقل نحو تمثّل المفاهيم المجرّدة، وتخليصه من الأوهام والمظاهر الخادعة التي تتضمنها الصورة. وكانت الصورة الهندسية هو النوع الوحيد من الصور الذي كان يُسمح بتوظيفه بغرض تعليم المفاهيم الهندسيّة. ولأنّ وظيفة المدرسة لا تتميّز بالثبات، فإنّها اليوم مطالبة بإحداث توازن بين النصّ المكتوب الذي بقي مسيطرا على

المضامين التي تقدّمها منذ القرن التاسع عشر. وبين الصورة. ذلك أن لا مناص الآن من السعي حثيثا إلى إحداث ذلك التوازن في عالم تسيطر عليه الصورة، وتتحكّم في مقدراته (Postman, 1995).

لقد غزت الصورة المؤسسات التعليمية في الغرب منذ أزيد من أربعة قرون (العماري، 2021). ومع ظهور التصوير الشمسي (الفوتوغرافي) في مطلع القرن العشرين، لم يعد من المقبول وجود كتاب تعليمي خال من الصور. إلا أنّ الوظيفة التربويّة للصورة، بقيت غائبة عن المشهد التعليمي العربي لمُدّة طويلة، ولم يقع توظيفها بيداغوجيا إلاّ في بعض الأقطار التي اختارت التوجّه نحو التعليم الحديث على منوال التعليم في أوروبا.

ومع أنّ المصادر العربية المتعلّقة بالتاريخ التربوي للصورة في المؤسسات التعليمية، هي على حدّ علمنا مصادر نادرة، فإنّ توظيفها انحصر أو يكاد في اعتبارها أداة تعليمية، وحاملا ديداكتيكيا. فقد تبيّن في ظلّ تعدّد الوسائط وتنوعها، أنّ أطفالنا يعيشون في عالم تسيطر فيه الصورة. وهو ما دعانا في هذه الورقة، إلى محاولة جلب انتباه المربّين والقائمين على المناهج إلى الإمكانيات التربوية التي تُتيحها الصورة لو تمّ التفكير في اتّخاذها موضوعا للتعلّم، وذلك في سياق أوسع يستند إلى التربية على الصورة.

وبناء على ما ذكرنا سابقا، وأمام ما لاسناه من غياب شبه تامّ للتربية على الصورة في البرامج الرسمية للمرحلة الابتدائية التونسية فإنّنا سنحاول تناول الصورة من أبعادها الاصطلاحية والتاريخية. والتعرّض إلى وظائفها، وخصائصها السيميائية، وتجذيرها ضمن التربية على الوسائط، مبتعدين بها عن المعالجة الديدداكتيكية الكلاسيكيّة. وسنعمل في اتجاه تقديم ما يُفيد إمكانيّة اتّخاذ الصورة موضوعا للتعلّم.

2. تعريف الصورة وأنواعها

1.2 تعريف الصورة

ليس من اليسير تعريف الصورة. وهي نتيجة أجمعت عليها الدراسات والبحوث المتعلقة بها. بل يرى البعض أن استعمال الصورة في مجالات عديدة ومختلفة في نفس الوقت، يقترب بمفهومها من الغموض والإبهام. وهي بذلك تكون متعدّدة المعاني polysemic. فحتى عند حصرها في المجال الأكثر التصاقاً بها من الناحية التاريخية على الأقل، وهو مجال البلاغة، يبقى المفهوم عائماً وعصبياً على التدقيق (عصفور، 1992). أما من الناحية اللغوية، فقد ورد في لسان العرب لابن منظور، في مادة (ص. و.ر.): «الصورة في الشكل، والجمع صور، وقد صوره فتصور، وتصورت الشيء توهمت صورته، فتصور لي، والتصاویر: التماثيل» (ابن منظور، د.ت.). وفي القرآن الكريم: «فِي أَيِّ صُورَةٍ مَّا شَاءَ رَكَّبَكَ»². ولقد أحصى معجم أكسفورد للغة الإنجليزية تسعة مصطلحات مرتبطة بالصورة، شملت مجالات على غاية كبيرة من التنوع. ولعلّ من المفيد إيراد بعضها:

- انطباع مرئي، يتم الحصول عليه باستعمال آلة تصوير، أو تيليسكوب، أو مجهر، أو أي جهاز آخر، أو يكون معروضاً على شاشة³.

- مظهر بصري أو نظير ناتج عن الضوء أو أي إشعاع آخر من جسم ينعكس في مرآة أو ينكسر من خلال عدسة⁴.

² سورة الانفطار. الآية (8)

³ a visible impression obtained by a camera, telescope, microscope, or other device,

or displayed on a video screen

⁴ an optical appearance or counterpart produced by light or other radiation from

an object reflected in a mirror or refracted through a lens

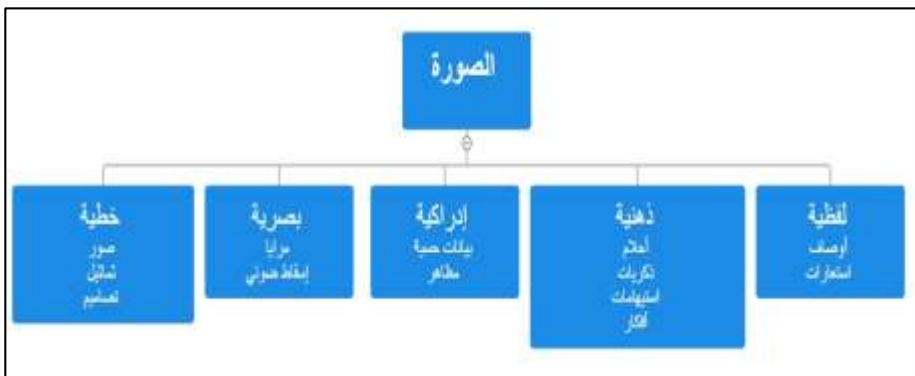
- تمثّل ذهني يشترك فيه مجموعة من الأفراد، ويرمز إلى موقف واتّجاه.⁵
- استنساخ أو تقليد شكل شخص أو شيء؛ وخاصة: التقليد في الشكل الصلب: تمثال.⁶

ولعلّ تعدد تعريف الصورة، وتنوّع المجالات التي ترتبط بها، يأتي ليؤكّد الطبيعة التعدديّة لذلك المفهوم. ذلك أنّ الصورة حمّالة لمعان متعدّدة ترتبط بالسياق الذي تنشأ فيه.

2.2 أنواع الصور

ومع أنّ مفهوم الصورة يبدو عصياً على التحديد، فإنّه مصطلح الصورة يُستعمل للدلالة على تمثيل بصري لكائن محسوس. وهي بهذا المعنى مجموعة من العلامات القابلة للتأويل. ويشير (Michell,1987) إلى أنّ الأنواع المختلفة من الصور تنظم في عائلة. وهو ما يجعل من الممكن الحصول على معنى لنسبها. وهو بالتالي لم يسعى إلى تعريفها، بقدر ما عمل على تحديد النقاط التي تميز فيها الصور عن بعضها البعض، أخذاً في الاعتبار الحدود بين الخطابات المؤسّساتيّة المختلفة. وهو لذلك يقترح الشجرة العائلية التالية:

الشكل 1 : أنواع الصور حسب ميتشل



⁵ A mental representation shared by a group of individuals, and symbolizing a position and attitude.

⁶ a reproduction or imitation of the form of a person or thing; especially: an imitation in solid form: STATUE

ويُمكن للصورة أن تكون ثابتة (الصور الفوتوغرافية والرسومات...)، أو متحركة (الفيديو والسينما والماشينا⁷...). ويتم الحصول عليها عن طريق تطبيق إجراء جرافيكي. وذلك في حالة الرسم الزيتي/المائي، والتصوير الضوئي، والرسم الخطّي. إلّا أنّ تطوّر التكنولوجيا الرقمية، مكّن من إنتاج نوع من الصور باستخدام تطبيقات حاسوبية (Infography). وقد تم التوافق على إطلاق مصطلح الصور الرقمية على هذا النوع من الصور.

وعموماً فإنّ الصورة تكون في بعدين اثنين (عرض وارتفاع). وتختلف المحامل المادية التي تتركز عليها، باختلاف وسيلة إنتاجها. فالصورة الثابتة يُمكن إظهارها على محامل ورقية أو غيرها. أما الصورة المتحركة فتحتاج إلى شاشة يتمّ عليها تعاقبها. أمّا في حالة الصورة الرقمية، فإننا نحتاج إلى شاشات خاصة لعرضها. وحين يتعلّق الأمر بالصوّر الخائليّة (Virtual) أو الصور الهولوجرافية ثلاثيّة الأبعاد فإن المحمل قد يكون ثانياً.

وما زال الاعتقاد في أنّ الصورة هي كل تمثيل بصري للواقع. إلّا أن هذا الاعتقاد قد لا يصمد أمام حقيقة مفادها أنّه مهما كانت درجة الصورة في تمثيل الواقع عالية، فإنّها لا يمكن أن تحلّ محلّ هذا الواقع، وتبقى مجرد تمثيل له. فالصور المجازية تعمل على تمثيل عناصر الواقع انطلاقاً من محاكاتها وتقليدها. أمّا الصور المجردة فلا علاقة لها بالمواضيع الحقيقيّة للواقع. ذلك أنّه يصعب في حالتها، على المتلقي التعرّف على مكوّناتها بشكل مباشر. وقد كان من الممكن اعتبار الصورة الفوتوغرافية صورة تعيد إنتاج الواقع. إلّا أنّها في النهاية تبقى شأنها شأن بقيّة الأنواع من الصوّر، مجرد تمثيل له، تتداخل فيه عدّة عوامل، منها الموضوع والإطار وكميّة الضوء، والتعديل الرقمي، وحتىّ عمليّة المونتاج...

⁷الماشينا: وسيط رقمي ظهر مع تطوّر الألعاب المحوسبة. وسبب التفرّق إليه في الصفحات القادمة من هذه الدراسة.

ولكنّ الصورة تبقى في اعتقادنا ، وسيطا من بين عديد الوسائط الفنيّة (المسرح والموسيقى والفنون التشكيلية والسينما والتصوير الفوتوغرافي...). وهي وسائط تحظى بوظائف اجتماعية وثقافية. وهو ما يجعلنا نسعى إلى فهمها وتقديمها انطلاقا من باب التربية على الوسائط.

3 الصورة والتربية على الوسائط

1.3 التربية على الوسائط

يُمكننا في الوقت الراهن التسليم بأن الوسائط تتمثّل في تلك الوسائل التي تمكّننا من التواصل بعيدا عن القيود التي يفرضها التواصل الاجتماعي المباشر. ذلك أن هذا النوع من التواصل له إكراهاته المتمثّلة في وجوب حضور المتواصلين في نفس الوقت، وفي نفس المكان، مع ضرورة استخدام لغة مشتركة. فالوسائط على العكس من ذلك تمكّن من تحييد المسافات بين أطراف التواصل. وتسمح بحدوئه دون استخدام نفس اللّغة، وبشكل غير متزامن. وصارت الوسائط حاضرة في حياتنا اليومية، بحيث تؤثر في سلوكنا، وفي تمثّلاتنا في اتجاه خلق المزيد من التحدّيات التواصلية، وطرح المزيد من التساؤلات.

إن ظهور وسائط اتّصاليّة جديدة، أو تطوّر القديمة منها، ليجعلنا مجبرين على إعادة النظر في مفهوم وسائط التواصل. بل وفي مراجعة الغايات التي تمّ تحديدها للتربية على الوسائط. ذلك أنّ من حقّ المهتمين بهذا النوع من التربية كما تُمارس في الوقت الراهن، التساؤل حول قدرتها على تحقيق الكفايات الضروريّة والمطلوبة في مجتمع قائم على الوسائط، ومرتهن لها.

فالتربية على الوسائط تهدف في نظرنا إلى تطوير جملة من الكفايات لدى المتعلمين. وتمحور تلك الكفايات حول القيام بممارسات اجتماعية وثقافية على علاقة بالوسائط (كتب، علامات المرور، الصور، مواقع الانترنت...). ولا شك أن تلك

الممارسات تصبح ضرورية للتواصل في عالم تسوده تلك الوسائط. بل تصبح المسألة وجودية، حين تتعلّق بمجال المعرفة والتعلّم.

ويُعتقد أنّ للوسائط مهما تنوعت (أفلام، مسرحيات، كتب، صور....) ثلاثة أبعاد

هي:

- البعد الإعلامي

- البعد التقني

- البعد الاجتماعي

فكل وسيط هو في حقيقة الأمر موضوع إعلامي، وذلك لأنّه يُمثّل باستعمال خطاب أو أكثر، موضوع آخر يُمكن أن يكون واقعياً أو متخيلاً. فالصورة الفوتوغرافية تمثّل موضوعاً لما يلتقطه المصوّر. والقصيدة الشعرية تمثّل موضوعاً وجدانياً من ذات الشاعر. وما على المتلقّي، أو مستخدم الوسيط إلا أن يكتسب القدرة على ربط العلاقات بين الإشارات الحسية التي يتلقّاها، وبين الأفكار، والأشياء الواقعية، والانفعالات والمشاعر التي تحيل عليها. وتمثّل تلك الإشارات في الأشكال، والمضامين، والعلامات التي تكوّنّها.

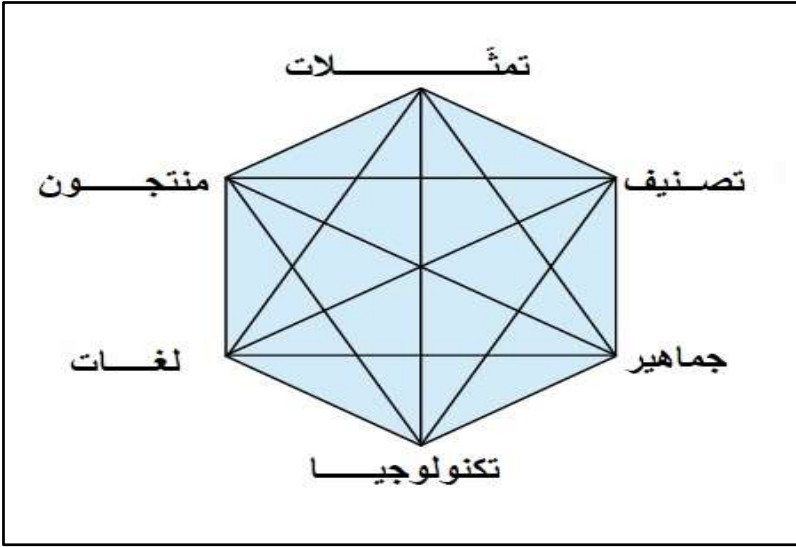
ويتمثّل البعد التقني في التكنولوجيات الموظّفة بهدف إنتاج الوسائط، واستقبال مضامينها ونشرها. فالوسائط الإعلامية هي في واقع الأمر نتاج لسيرورة تكنولوجية. وهي في نفس الوقت قادرة على إنتاج ونشر وسائط أخرى. فالهاتف الجوّال وسيلة للتواصل قائمة على التكنولوجيا، وهو في نفس الوقت يُنتج الصور الرقمية ويُساعد على نشرها.

أمّا البعد الاجتماعي للوسائط، فينطلق من وظيفتها التواصلية. فكلّ أشكال التواصل تنشأ في سياق علائقي تُساهم في إنشائه. والوسائط تساهم في خلق التفاعل والارتباط بين الأفراد. وبناء على ذلك، فإنّ الوسائط الإعلامية تحيلنا بالضرورة على الفاعلين الذي يقومون بإنتاجها، ونشرها، واستقبالها. وعلى نواياهم ومشاريعهم

وأهدافهم الكامنة وراء ذلك. وكذلك على التأثيرات الاجتماعية التي تحدثها في الجمهور المستهلك لها.

وقد حدّد معهد الفيلم البريطاني نموذجا من ستة أوجه، يجب توقّرها في كلّ رسالة إعلامية. وتتمحور هذه الأوجه الستة حول مفهوم الباث والمتقبّل، أو المرسل والمستقبل، كما يرد في الأدبيات الكلاسيكية لعملية التواصل. ويبدو أن هذا النموذج وقع تبنيه من بعض الدول الأوروبية الأخرى، فنجده حاضرا في الوثيقة الإطارية الفرنسية للتربية على الوسائط.

شكل 2: النموذج السداسي للتربية على الوسائط⁸



⁸ BFI : <https://www.bfi.org.uk/>

وفي هذا المستوى يُمكن تحديد الوسائط على أنّها الوسائل ذات الوظيفة الإعلامية، والمحامل الرقمية أو غيرها المتضمنة لرسائل، والتي تهدف إلى التأثير في التمثّلات الاجتماعية للجمهور المتقبل، أو إعادة تشكيلها، وذلك عبر قنوات تواصلية. ولا شكّ أنّ الوسائط بما هي عليه من أهميّة مجتمعية، تتطلّب أثناء التعامل معها وعيا لا يُمكن اكتسابه إلا عبر التربية: التربية على الوسائط. وهو ما يدعوننا إلى التطرّق إلى إمكانية اعتبار الصورة وسيطا قابلا للتربية.

2.3 الصورة باعتبارها وسيطا

للصورة كلّ مقومات الوساطة التي تتوفّر لبقية الوسائط. وتأتي في هذا المجال من باب اعتبارها بإجماع المهتمين بتاريخ الوسائط، إحدى أقدمها، إن لم يكن أقدمها على الإطلاق. لقد سبق لنا التطرّق في مقدّمة هذا البحث إلى أن الصورة كانت وسيلة للتعبير شأنها في ذلك شأن اللغة. ولعلّ ذلك ما يفسّر الاهتمام بالصورة من طرف علماء اللسانيات. فهي تشترك مع اللغة في العديد من الخصائص. لعلّ من أبرزها:

- المقروئية: يعتقد (Peraya 1982) أنّ فك شفرة الرسالة يتطلّب بالضرورة الكشف عن وحداتها الدلالية والتمييز بينها. وهي مرحلة أساسية وضرورية لفهم تلك الرسالة. وحتى يتمكّن المتقبّل من ذلك، فإن على الرسالة المحمولة في الصورة، احترام الخصائص الفيزيائية والفيزيولوجية للكائن البشري. ومنها قدرة العين على التمييز، ووضوح الألوان، والمسافة البصرية... وهو ما يجعل التصرّف في التفاصيل الدلالية للصورة عملية على غاية من التعقيد.

- النظام الترميزي: حتى تتمكّن الصورة من أن تكون وسيطا، عليها أن تتضمن نظاما ترميزيا يميّزها في اتجاه التماهي بلغة بصرية. ومع أنّه لا يوجد اتفاق نهائي حول الرموز التي تكوّن النظام المذكور، فإننا نعدّد البعض منها (Peraya, 1982) :

■ رمز التمثيل الفضائي *représentation spatiale* : المنظور

والتخطيط، والتأطير، والحجم النسبي للأشياء والكائنات.

- رمز عرض المضمون présentation : وجهة النظر (ذاتية أو موضوعية)، زاوية التقاط الصورة، وحجم المشهد، وخصائص العدسة والبؤرة.
- الرمز التركيبي (المونتاج) montage: وهو رمز ضروري لفهم تعاقب الصور، سواء كانت ثابتة أو متحركة.
- الرمز البلاغي rhétorique : الاستعارة، والتشبيه، والكناية، والجناس...
- الرمز اللوني chromatique : الألوان، والتباين، والتدرج...
- الرمز الطباعي typographique : توظيف حروف الكتابة، والمحاكاة...
- الرمز التصميمي mise en page : التركيب والتأطير...

- الدال والمدلول والمرجع: ينتج المعنى في التواصل البصري انطلاقا من إرسال العلامات. وتُدرس العلامة في معناها العام، ضمن علم هو السيميولوجيا. ففي حقل اللسانيات يُستعمل مصطلح قريب هو السيميا للإشارة إلى العلم الذي يهتم بدراسة اللغات الخاصة (السينما والصورة والرسم والأدب...). ويعود الفضل إلى بيرس Pierce في سنة 1867، في إبداع نظرية العلامات في علاقة بهذا الحقل المعرفي. ولكن هذه النظرية سرعان ما وجدت لها تطبيقا واسعا انطلاقا من سنة 1970 في مجال دراسة العلامات البصرية. وهو ما يجعلنا نشير إلى أن السيميولوجيا تميّز بين الصورة والعلامة، وهو ما وجب التنبيه إليه.

لقد سبق لنا تقديم مفهوم الصورة، وعرضنا العديد من التعريفات الخاصة بها. ويُمكن اعتبارها في هذا السياق شيئا يُشبه شيئا آخر. ولكننا في هذا المستوى نكتفي بتقديم العلامة على أنّها ما يحلّ دائما محلّ شيء آخر. ويُشير (1976) Eco إلى أن السيميولوجي هو ذلك الشخص الذي ينتبه إلى المعنى الكامن في الأشياء التي يرى فيها الآخرون مجرد أشياء.

ويُمكن اعتبار العلامة كائنا من بعدين:

- الدال، وهو المفهوم وليس الشيء.
 - والمدلول وهو الوجه المادي والمُدرك للعلامة.
- ويُمكن مقارنة ما تقدّم انطلاقاً من الشكل التالي:
- شكل 3: صورة رمزية تُستخدم في المطارات

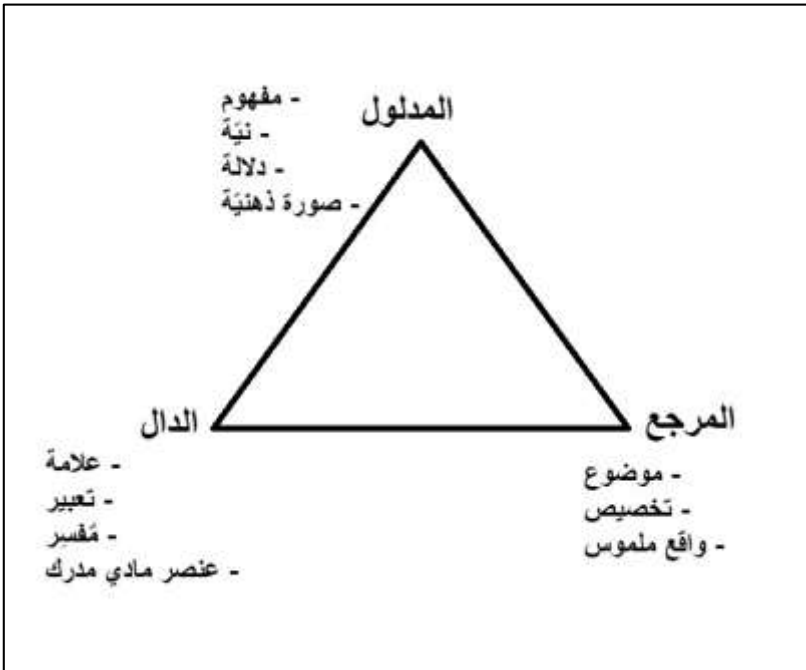


يُمثّل هذا الشكل علامات، يُمكن لأيّ كان إدراك معناها، وذلك بغض النظر عن خلفيته الثقافية واللّسان الذي يتحدّث به، والمستوى التعليمي الذي هو عليه. والمدلول في هذه الإشارات يتمثّل في السلوك الذي يجب عدم القيام به عند دخول المنطقة التي تبدأ حدودها حيث تُعلّق تلك العلامة في المطار. وهي المنطقة التي يتمّ فيها تفتيش المسافرين قبل صعودهم إلى الطائرة. أمّا الدال فهو تلك الصور

البسيطة، المرسومة على حامل من اللدائن الشفافة بحيث يسهل تسليط ضوء خلفي عليها، لضمان رؤيتها بشكل دائم.

إن الضرورة البيداغوجية تُلزمننا بالتعامل مع الصورة في الحقل التربوي باعتبارها علامة. وهو ما يحيلنا إلى مفهوم ثالث لمفهومي الدال والمدلول. ونعني به مفهوم المرجع. ذلك أنّ العلامة قد تحيلنا إلى شيء (موضوع) من عالم الواقع، أو إلى حدث، أو إلى فعل. فكلّ علامة، وحتّى اللسانية منها، تقوم على علاقة تربط بين مفاهيم ثلاثة على الأقل: الدال (المُدرك)، و المرجع (حقيقة فيزيائية أو مفاهيمية للواقع)، والمدلول. ويُمكن إجمال ذلك في الشكل التالي:

شكل 4: المثلث الدلالي (Eco, 1982) تعريب الباحث



لقد بيّنا أنّ الصورة ثابتة كانت أو متحرّكة، تناظرية أو رقمية، هي وسيط يتعلّى بوظيفة تواصلية بنفس القدر الذي تقوم به الوسائط الأخرى. وأنّ الحضور القويّ للصورة في الحياة اليومية للطفل بات حقيقة لا غبار عليها. بل وساهمت بشكل مباشر في التأثير في ممارساتهم الثقافية. حيث أثبتت الدراسات أنّ الساعات التي يقضيها الأطفال أمام جهاز التلفزيون تخطّت بأشواط تلك التي يقضيها في مطالعة الكتب (Maatallah, 2006). ولعلّ ذلك ما جعل الصورة حاضرة وبقوّة في المؤسسات التربوية، باعتبارها وسيطاً بيداغوجياً، ووسيلة تعليمية تعلّمية.

3.3 الصورة في الميدان التربوي

1.3.3 الصورة البيداغوجية

في المجال التربوي، يُمكن الحديث عن الصورة البيداغوجية، وذلك على غرار الصورة الصحفية، والصورة الإشهارية، والصورة العلمية. ولكن الصورة البيداغوجية، ليست في حقيقة الأمر بيداغوجية إلاّ بقدر ما تُتيح من تعلّم. ونعتقد أنّ الصورة تستمدّ وظيفتها الديدانكتيكية، من قدرتها السيميولوجية، باعتبارها رسالة قابلة للقراءة وللتأويل. إنّها بهذا المعنى وسيلة بيداغوجية قادرة على حشد انتباه المتعلمين حولها، لتحقيق هدف أو نشاط معيّن. وذلك انطلاقاً من الوظائف التي تبرع في أدائها: التواصل والوساطة والتوضيح. ولكن تجب الإشارة هنا إلى أنّ ذلك التوظيف يخلو عملياً، وفي أغلب الحالات من الوعي بأنّ الصورة هي الواقع علامة (دال ومدلول ومرجع). ذلك أنّ الخلط بين تلك المكونات الثلاثة هو ما يحدث بالفعل، حيث لا يقع الانتباه إلى أنّ الصورة ليست هي الموضوع الذي تمثّله. والدليل على ذلك تلك اللوحة الشهيرة التي أبدعها René Magritte.

فلا يكاد يخلو نشاط تعليمي من توظيف الصورة. بل أنّ بعض المقاربات التربوية تقوم أساساً على المحامل البصرية. وأنّ من الممكن في الوقت الراهن الوقوع

على قواعد بيانات لصور رقميّة مجانيّة، ومبوّبة حسب محاور اهتمام بعينها، يُمكن الوصول إليها من طرف المتعلّمين، أو المدرّسين من أجل توظيفها في أنشطتهم البيداغوجية. وفلسفة هذه المكتبة تقوم على أنّ المستفيدين منها، يُساهمون فيها بدورهم بما يُنتجون من صور. ولعل أشهر تلك المكتبات، تلك الموجودة على الرابط التالي: <https://www.pics4learning.com>

وبالعودة إلى لوحة ماغريت، فإننا نكون إزاء مُنتج فنيّ يوضّح التناقض الصارخ الذي قد نقع فيه عندما نستخدم الصور من أجل توضيح المفاهيم.

شكل 5: لوحة ماغريت: هذه ليست تفاحة



بهذا التناقض الذي نلاحظه بين المضمون الصوري للوحة وبين النص المصاحب لها، أراد ماغريت أن يوصل للمتلقي رسالة مفادها: صورة الشيء ليست هي الشيء.

2.3.3 الصورة في مجال التصميم

وبعيدا عن الممارسات الديدانكتيكية المستهلكة فإننا نقترح في هذا البحث ممارسة تعليمية تتعلق بالتصميم **design** في علاقة بالإبداع وبالصورة وتوظيفها. وهو مبحث يندرج في مجال الإبداع والتربية عليه. فلقد اعتقد غولدشميت **Goldshmidt** أنّ المنطق الصوري (البصري) عنصر مهمّ في التفكير الإبداعي في مجال التصميم (**Goldschmidt,1991**). فنحن نقوم بتخزين الأفكار والألوان والأشكال، وكذلك الفهم المتعلق بالروابط التي تجمع بين كلّ تلك العناصر في الذاكرة. وتشكّل تلك العناصر المخزّنة معارف يقع اللجوء إليها والاستفادة منها في أخذ القرارات المتعلقة بعملية التصميم، أو في تصوّر كيانات جديدة. ويكون ذلك ممكنا عن طريق التفاعل المستمرّ الذي يعتمد المصمّم تجاهها بتوظيف تصوّرات خارجيّة وغير مكتملة. وتكمن أهميّة تلك العناصر (الألوان، والأشكال، الأفكار، العلاقات...) المخزّنة في أنّها تشكّل مصدرا للإلهام بالنسبة للمصمّم، الذي يُعيد تركيب العلاقات الموجودة أصلا، لملاءمة السياقات الجديدة. أي أن المصمّم يستعمل صورا ذهنيّة لإبلاغ فكرته إلى من يحتاجها، وهو بالتالي يوظّف عناصر لا ماديّة ليصف ويحدّد ملامح مكوّن مادي ما زال في طور الإبداع، ونقصد به المنتج الذي نحصل عليه كمحصّلة لعملية التصميم **artifact**.

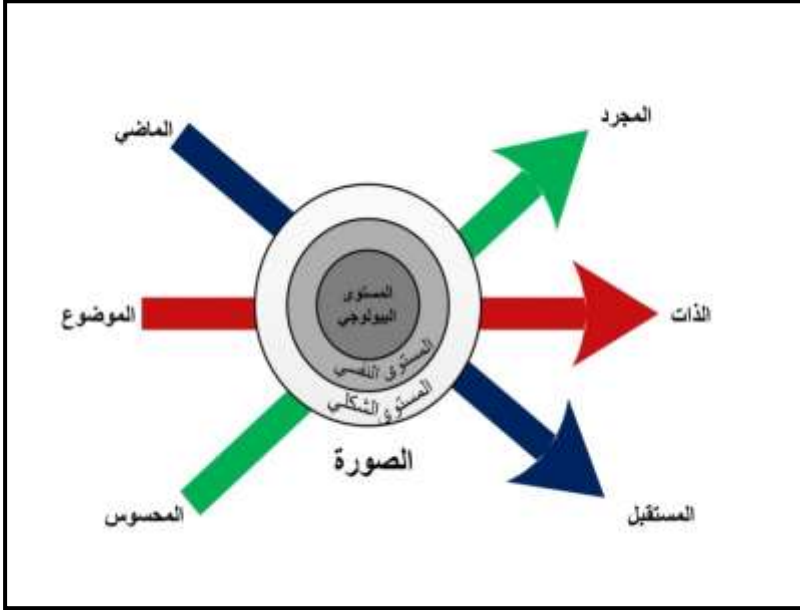
إن التوظيف التقليدي للأشكال يتعلّق أساسا بتمثيل الأشياء الماديّة، في منظومة من المكوّنات المتعارف عليها، والتي تستند إلى لغة رمزيّة (الرسم التقني مثلا). ويشمل ذلك تمثيل مكوّنات الفضاء وبقيّة العناصر الماديّة الموجودة فيه. ولكن ذلك لا يمنع من أن تكون المكوّنات الماديّة موضوع التمثيل بدورها عناصر تمثيل وتصور لمواضيع أخرى ماديّة أو غير ذلك (**Oxman, 2002**). ومن هذا المنظور، فإنّ المصمّمين يعتبرون الأشكال وما يربط بينها من علاقات هندسية هياكل مفاهيميّة

قادرة على تأويل خصائص التصميم. فالهدف بالنسبة لهم يبقى دائما هو صنع صورة أولية لما يريدون تصميمه قبل ظهور المنتج المادي. إنّ السعي إلى إيجاد علاقة بين المنتج في شكله اللامادي (الصورة) وبين هيأته النهائية **artifact** تؤدي إلى تشكّل تمثّلات وسيطة تتفاوت في الدقّة وفي درجة الاقتراب من المنتج النهائي. وتهتمّ هذه المقاربة بالطبيعة البنائية لنشاط التصميم، وتشير في نفس الوقت إلى الأهميّة التي تكتسبها الأشكال المتعدّدة للتصوّرات. ومن تلك الأشكال نتوقف عند الصورة.

ونعني بالصورة في هذا المبحث الشكل الهندسي للتصميم. فأوّل ما يقوم به المصمّمون هو إنتاج خُطاطة لما سيصمّمونه، تكون أوّلا في شكل صورة ذهنيّة. أي أنهم يوثّقون الفكرة في شكل صورة، تكون منطلقا لكلّ عمليّات التواصل التي تنشأ بينهم وبين فريق العمل التصميمي. إنهم يجعلون من تلك الخُطاطة وسيلة لتوجيه تصوّراتهم من الداخل إلى الخارج. ويتمّ ذلك بتحويل الصورة الذهنية إلى خطاطة على الورق مثلا. إن فعل التوجيه ذلك يُعدّ عمليّة عرفانيّة يستخدمها المصمّمون لهيكلة إدراكهم لمشكلة مطروحة أمامهم (Simondon, 2014).

وتتعرّض الصور الذهنية التي يحولها المصمّمون إلى خُطاطات، لتحوّلات متتابعة ينشأ عنها انتقالها من حالة إلى أخرى. وهو ما يجعلهم يعمدون إلى البحث الدائم عن أنظمة جديدة لهيكلة تصميماتهم. ويرى سيموندون Simondon في هذا الصدد أن الاختراعات ما هي في حقيقة الأمر إلّا انبعاث لدورة جديدة من الصور. ولفهم هذه التحوّلات التي تعتري الصور التي يستخدمها المصمّمون نورد هذ الشكل.

شكل 6: الصورة باعتبارها وسيطا بينيا



4 التربية على الصورة

إنّ التربية على الصورة، يمكن أن تقوم في اعتقادنا على محورين. محور يتعلّق باكتساب كفاية لقراءة الصورة وتحليلها، في إطار سيميولوجي. أمّا المحور الثاني فيجب أن يُتيح للمتعلم الانتقال من براديجم الاستهلاك إلى براديجم الإنتاج. أي العمل في اتجاه جعل ذلك المتعلّم الذي تعود على لعب دور المتلقّي، والمستهلك السلبي للوسائط البصريّة، جعله مساهما نشطا في إنتاج الوسائط التي كان يستهلكها. وقد ثبت لنا، انطلاقا من التجارب التربوية الميدانية التي أنجزناها مع الأطفال، أنّ الصورة الفوتوغرافيّة والماشينا **Machinema**، هي الوسائط الأكثر قربا من الأطفال، والأسرع تعلّما حين يتعلّق الأمر بعملية الإنتاج.

1.4 الصورة الفوتوغرافية موضوعاً للتعلّم

تتميّز الصورة الفوتوغرافية بأنها صارت أقرب الوسائط البصريّة إلى المتعلّمين. ليس فقط لأنّها الأكثر انتشاراً في كلّ المجالات الحياتيّة، وإنّما لأنّ عمليّة إنتاجها هي الأسهل، والأقرب إلى إمكانيات الأطفال. فلقد صار إنتاج الصور الفوتوغرافيّة الرقمية متاحاً للجميع، بفضل انتشار الهواتف الجوّالة واللّوحات الرقميّة.

لقد جاء في دليل التربية الفنية الذي نشرته اليونسكو في سنة 2006، أن التصوير الشمسي (التناظري والرقمي)، يجب أن يكون باعتبار سيرورته المميّزة ونتائجه، جزء من المجال الفني الذي يُمكن للمتعلّمين الإحاطة والاستفادة منه (UNESCO, 2006). بل أن التصوير الشمسي كما يرى (Eisner, 2002)، قادر لما يتضمّنه من خصوصيات فنيّة وتقنية، على أن يبيّن لدى المتعلّمين قدرات معرفيّة ومهارات، غير متاحة لهم في مجالات فنيّة أخرى. وهو يرى كذلك أن فن التصوير الشمسي (الفوتوغرافيا) باعتباره وسيلة للتعبير الفنيّ، يُحيل ممارسيه إلى ضرورة الانتباه إلى مكونات بيئتنا التي يُمكن لنا إعادة إنتاجها بشكل مغاير.

يُمكن لممارسة التصوير الفوتوغرافي في المدرسة، أن تُساهم في تنمية شخصيّات الأطفال من أبعادها المعرفيّة والوجدانيّة والحس حركية. وتظهر السيرورات المعرفية أثناء تعلّم التصوير الفوتوغرافي، في إدراك المفاهيم الفنيّ والجماليّة والبصرية، وفي إبداع الاستعارات ومختلف أوجه المجاز (Beck, 2009). ويكون ذلك عن طريق اختيار الإطار المناسب، وزاوية أخذ اللقطة، ونوعها.

أمّا الجانب الوجداني في مجال ممارسة فن التصوير الفوتوغرافي، فيكمن في نظر (Rand & Zakia, 2006) في اكتساب الحسّ الجمالي، والتعبير الفنيّ، والتأويل، وتقويم الصور المنتجة بالعودة إلى معايير فنيّة وتقنيّة. وحسب نفس الباحثين، فإنّ ممارسة التصوير الفوتوغرافي، يُمكن أن يُكسب الأطفال القدرة على

التجاوب مع المثيرات البصريّة الصادرة عن مختلف مكوّنات البيئة التي يعيشون فيها، ومن ثمّة تحويلها إلى معرفة من شأنها مساعدة أجهزتهم الحسيّة في حصولهم على صور جيّدة.

ويُمكن لنا اقتراح نشاط في علاقة يجعل الصورة الفوتوغرافيّة موضوعاً للتعلّم، وهدفاً له. وذلك ممكن في نظرنا في نطاق ورشات تُنجز في المجالين الفني والتقني. ويقوم مقترح مقاربتنا على عرض صور في علاقة بموضوع معيّن انطلاقاً من سياق قريب من بيئة الأطفال. ثم بعد ذلك يقع استثمارها انطلاقاً من أربع نقاط، نسوقها مفصّلة في الجدول التالي:

جدول 1: سيناريو مقترح لأنشطة تتمحور حول استثمار صورة فوتوغرافيّة

المرحلة	الأنشطة الممكنة
1	- ملاحظة فردية للصورة المعروضة. - إنتاج كتابي أو شفوي (حسب المستوى الدراسي)
2	- حوار منضّم وجماعي انطلاقاً من الأسئلة التالية: * ماذا نرى؟ في الخلفية، في الأماميّة، وضعيّة ملتقط الصورة... * ماذا نفهم؟ طرح فرضيات، البحث في تفاصيل الصورة عن مؤشرات تُسند الفرضيات أو تدحضها. توظيف مقارنة تواصلية باعتبار الصورة رسالة (من؟ ماذا؟ لماذا؟ أين؟ متى؟ ماذا يحدث؟...) * بماذا نشعر؟
3	- ربط بسياقها: يقع مدّ الأطفال بنصوص مكتوبة، منها واحد فقط على علاقة بموضوع الصورة. ويُطلب من الأطفال تعيين النص المتلائم مع موضوع الصورة.

- تناقش الفرضيات التي وضعها الأطفال سابقا، وفق ما ورد في النصّ المعين.	
- يقع تحديد وظيفة الصورة في علاقة بالنص الوارد معها.	4

ويُمكن استثمار أنشطة لعبية أخرى، لا مجال في هذه الدراسة للتطرّق إليها بشكل مفصّل.

2.4 فن الماشينما Machinima

يُعتبر فن الماشينما وسيطا حديثا، يقع في تقاطع الطرق بين السينما والألعاب المحوسبة. كما يأتي المصطلح نفسه **machinima** منحوتا من الكلمات الانجليزية الثلاثة : **Machine, Animation, Cinema**. ويعرّف بيركلي **Berkeley** الماشينما كالتالي:

« الماشينما هو الفضاء الذي يقع فيه تسجيل مشاهد الألعاب المحوسبة ثلاثية الأبعاد في زمن حدوثها وتحويلها إلى مقاطع فيديو تُستعمل في إنتاج شريط روائي تقليدي » (Berkeley, 2006)

ونفهم من خلال تعريف بيركلي لهذا الوسيط أنّه واقع في تقاطع بين السينما والألعاب المحوسبة وفن التحريك. فحين يقوم اللاعب الذي يلعب لعبة محوسبة ما بتسجيل مجمل الأنشطة التي يقوم بها أثناء اللعب في شكل ملفّ فيديو فإنّه يحصل على منتج في شكل مجموعة من المشاهد المصوّرة. وحين يعمد إلى عملية تركيب تلك المشاهد وفق خطّ سردي انطلاقا من سيناريو أو حتّى من دونه، فإنّه يحصل على فلم. وهذا الفلم لم يُنتج سينمائيا بالطبع، وإنّما كان الفضل فيه إلى تلك اللعبة المحوسبة. وهذا ما اصطلح عليه بفن الماشينما.

إنّ ما يشدّ انتباهنا في هذا المستوى أنّ الماشينما أفلام يُنجزها ممارسو

الألعاب المحوسبة في فضاء رقمي. وبالتالي فلا علاقة مادية تربط بين تلك المنتجات الفلمية وبين فن السينما، إذا استثنينا التقنيات المستعملة في الحصول على الصوّر وتأثيرها بالمؤثرات الصوتية وغيرها. وما يهّمنا كذلك هو أنّ بعض المهتمين بهذا المجال الوليد يعتبرون المضامين الماشينيمائية منتجات إبداعية قائمة على الألعاب المحوسبة، وتُدين بانتشارها إلى الانترنت. وهي كذلك نوع من التعبير عن الثقافة الرقمية التي بدأت تسود منذ مطلع الألفية الثالثة (Fanny & Auray, 2011).

ظهرت الأفلام الماشينيمائية في بداية التسعينات بداية محتشمة، تحت مُسَمّى Quake movies. وكان أهمّ ما تميّز به هو البناء السردي الذي يُبدعه اللاعب من خلال التحكم في صورته الرمزية Avatar داخل اللعبة (الشخصية الرئيسية). وقد ساعد انتشار الانترنت في ازدهار هذه الممارسة لدى الشريحة الشبابية خاصة مع طفرة التكنولوجيا التي عرفتها صناعة الألعاب المحوسبة انطلاقاً من سنة 2000. ومع أن ازدهار الممارسة الماشينيمية كان واضحاً، فإنّ الممارسين الذين اهتموا بها حافظوا على اعتقادهم في أنّها لا تنتهي لا إلى السينما ولا إلى الألعاب المحوسبة. كما بقي الإنتاج الماشينيمائي مرتبطاً فعلياً بالهواة. فقد وجد هؤلاء الهواة فضاء افتراضياً في الانترنت مكّنه من التواصل وتنفيذ إنتاجهم عن بعد، وباستعمال برمجيات غير محترفة، وهو ما جنّبهم الكلفة العالية لوسائل الإنتاج المعتمدة في الفن السابع.

وأمام توسّع المجتمع الإنتاجي والاستهلاكي الذي تكوّن حول هذا الوسيط الجديد نسبياً، فإنّ تعريف الهواية المتعلقة بها قد شهد تعديلاً، كان فليشي Flichy قد دعا إليه منذ سنة 2010. ففليشي يعتقد أنّ الهواة يجدون مصدراً معتبراً للتعلّم، في أنشطتهم اليومية، فيكتسبون معارف ومهارات جديدة بشكل متزايد. وهو أي فليشي يُدافع عن فكرته المتمثلة في أنّ تكنولوجيا المعلومات والاتصال تُساهم في اكتساب المعرفة والتعلّم. كما أنّ الانترنت توفرّ فضاءاً لتشبيك الأفراد ممّا يسمح بظهور ما أطلق عليه اسم الذكاء الجماعي (Flichy, 2010). ونعتقد أنّ هذا التعريف للهواة

يجعل الفروق بينهم وبين المحترفين ضئيلة نسبياً، خاصةً أمام إمكانية العمل التشاركي التي توفرها شبكة الانترنت بسهولة.

5 خاتمة

تم توظيف الصورة في المجال التربوي منذ زمن ليس بالقريب. وبدأت منبودة من طرف أفلاطون الذي رأى أنها تشوّه الواقع، وتمنع العقل من بناء المفاهيم المجردة. وهي تمثل بالتالي، عائقاً في وسبيل تحقيق الأهداف البيداغوجية. أما في الوقت الراهن فلا يُمكن تصوّر الحياة دون صور. ذلك أن الصورة قد غزت كلّ المجالات، وشكّلت مكوّناً أساسياً لعملية التواصل الضرورية للنموّ المجتمعات واستمراريتها. وفي المدرسة يُراد للصورة أن تقوم بوظائف عديدة، منها الوظيفة التوضيحية، والوظيفة التفسيرية، ووظيفة المرافقة للمكتوب. ولم يعد من المقبول خلق الكتب المدرسية من الصور. وصارت الصورة وسيطاً تربوياً وتعليمياً. ولم يعد يشكّ الآن في أهمية توظيف الصور في المجال التعليمي التعلّمي. ولقد وضّحنا أنّ فهم الوساطة التربوية للصورة، يمرّ عبر التربية على الوسائط.

وتكمن المقاربة التي دعونا إليها في هذه الدراسة، في ضرورة اتّخاذ الصورة موضوعاً للتعلّم. وهي مسألة تقوم أساساً على وضع الصور بين أيدي الأطفال بهدف تفكيك مكوّناتها، ثم إعادة تركيبها. وهو ما يستدعي في نظرنا تدريب الأطفال على قراءة الصورة انطلاقاً من المعطيات السيميولوجية التي تتوفّر في مجال إدراكهم. وذلك لأن الصورة تشكل من حيث أنها علامة، لغة قائمة بذاتها، يُمكن فكّ رموزها، والاشتغال على خصائصها الدلالية. وهو ما يدعونا إلى الحديث عن تربية على الصورة.

إن التربية على الصورة تقوم أساساً وكما ذكرنا، على جانب براكسيولوجي، يتطلّب من المدرّس والتلميذ الانخراط في مشروع يهدف إلى إنتاج الصور واستثمارها في علاقة بسياق محدّد سلفاً. وبينا في هذه الصدد أنّ الصورة الفوتوغرافية،

والماشينما هي أقرب الوسائط إلى الأطفال. ولقد قدمنا مثالا لنشاط يُمكن إنجازه مع الأطفال، يقوم على استثمار للصور في أربع مراحل.

ولكن لا بد من الحديث في النهاية عن حدود محتملة للتربية على الصورة. إنها تشكل للمربين، وللمشغلين على الصورة بما هي وسيط تربوي، رهانات يستوجب أخذها بعين الاعتبار. يجب الانتباه إلى أنّ النظر ليس تلقّي سلبى لإشارات صادرة عن مثير، وإنما هو يقوم على وجود نية. ونحن في الحقيقة نتخذ قرارا للنظر، كما نقوم باختيار ما ننظر إليه. ولأنّ ذلك فهو قابل للتربية.

ولعلّ الرهان الآخر يكمن في أنّ الصورة قابلة للقراءة وللتأويل كأى نصّ مكتوب. فللصورة نحوها الخاص وبنيتها الهيكلية التي تميّز بها. قراءة الصورة تتمحور حول البحث عن معطيات متضمّنة فيها، بالاستناد إلى مؤشرات بصريّة. ثم بعد ذلك نقوم بمقابلة ما توصّلنا إليه بما كان المصور يريد قوله لنا.

المصادر والمراجع

العربية

- ابن منظور(د.ت.). لسان العرب. بيروت. دار لسان العرب.
- عصفور، جابر(1992). الصورة الفنية في التراث النقدي والبلاغي عند العرب. بيروت. المركز الثقافي العربي.

الأجنبية

- Berkeley, L. (2006). Situating Machinima in the New Mediascape. Australia Journal of Emerging Technologies and Society, 4, p.65-80.
- Eco, U. (1976). A theory of semiotics. Bloomington, Indiana University Press. ; Chicago / Turabian
- Eisner, E. (2002). The arts and the creation of mind. Yale University Press.
- Fanny Georges, Nicolas Auray(2011). Pratiques créatives issues du jeu vidéo Les séries de machinima. H2PTM, Metz.
- Flichy, (2010) Le sacre de l'amateur : Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique .Seuil
- Goldschmidt, G. (1991). The dialectics of sketching. Creativity Research Journal, 4, 123–143.
- Gunthert, André (2014). L'image conversationnelle. Les nouveaux usages de la photographie numérique. Etudes photographiques, n° 31, printemps 2014, p. 54-71.
- Maatallah, Wafa (2016). Le rôle de l'image dans L'enseignement /apprentissage du FLE Cas de la 3ème année primaire. Mémoire de fin d'études. Université de Tlemcen.
- Mitchell, W.J.T(1987). Iconology: Image, Text, Ideology. Chicago. Chicago University Press.
- Oxman, R. & Planning, T. (2002). The thinking eye: visual re-cognition in design emergence. Design Studies, 23, pp. 135–164. Paris.

- Peraya, Daniel (1998). Théories de la communication et technologies de l'information et de la communication : un apport réciproque. Revue européenne des sciences sociales, tome 36, 1998, n°111 pp.171-188.
- PERAYA, Daniel. Image et langue : le langage de l'image. Revue belge de psychologie et de pédagogie, 1982, vol. 44, no. 180, p. 113-120
- Postman, N. (1995). The end of education: redefining the value of school. New York, Knopf.
- Rand, G., & Zakia, R. D. (2006). Teaching photography: Tools for the imaging educator. Taylor & Francis
- Simondon, G. (2014). Imagination et invention (1965-1966), Réédition hors collection, PUF,
- UNESCO. (2006). RoadMap for arts education. The World Conference on Arts Education: Building Creative Capacities for the 21st Century.

فاعلية دورات التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي في
الأردن

The Effectiveness of Media Literacy Courses in Developing the Skills of Dealing with Digital Content in Jordan

د. أمجد عمر صفوري¹، إبراهيم جمال صري²

¹ عميد كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن، asafori@zu.edu.jo

² باحث أكاديمي، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، مراسل صحفي في قناة المملكة،

isorri@zu.edu.jo، الأردن،

تاريخ الاستلام: 2024/02../21.. تاريخ القبول: 2024/03../04.. تاريخ النشر: 2024/03../30

ملخص:

هدفت الدراسة إلى معرفة فاعلية دورات التربية الإعلامية والمعلوماتية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي في الأردن، عبر استخدام المنهج الوصفي على عينة عمدية قوامها (316) من معلمي وزارة التربية والتعليم، الذين تلقوا الدورات المتخصصة في مجال التربية الإعلامية والمعلوماتية، التي قدمها معهد الإعلام الأردني. وخلصت الدراسة إلى ارتفاع نسبة تنفيذ النشاطات والتدريبات المتخصصة في مجال التربية الإعلامية بما يقارب (25%) نتيجة اشتراك المعلمين في الدورات المتخصصة بذلك. وأشارت النتائج إلى وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات الباحثين في التعامل مع المعلومات الرقمية (4.39)، ونحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات الباحثين في التعامل مع المحتوى الرقمي (4.26)،

ونحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في تعزيز مهارات المبحوثين في التحقق الإخباري (4.32)، ووجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في التعامل مع الصور (4.27).

كلمات مفتاحية: التربية الإعلامية، المحتوى الرقمي، التحقق الإخباري، المعلومات الرقمية، الدورات التدريبية.

Abstract:

The study aimed to assess the effectiveness of media and information literacy courses in developing the skills of dealing with digital content in Jordan. The research utilized a descriptive approach with a purposive sample of (316) teachers from the Ministry of Education who underwent specialized courses in media and information literacy courses offered by Jordan Media Institute. The study concluded achieve an approximately (25%) increase in the implementation rate of specialized activities and training in the field of media literacy, as a result of teachers participating in relevant specialized courses, and a high level of agreement towards the role of media literacy in enhancing the participants' skills in dealing with digital information, with an overall average response of (4.939) on this aspect. Additionally, there was a high level of agreement towards the role of media literacy in developing the participants' skills in dealing with digital content, with an overall average response of (4.259). Moreover, there was a high level of agreement towards the role of media literacy in developing the participants' skills in enhancing their fact-checking abilities, with an overall average response of (4.315). The study also found a high level of agreement towards

the role of media literacy in developing the participants' skills in handling images, with an overall average response of (4.275).

Keywords: Media Literacy, Digital Content, News Verification, Digital Information, Training Courses.

*المؤلف المرسل: د. امجد صفوري، عميد كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الاردن

1. مقدمة

تشهد الساحة الإعلامية تطورًا علميًا وتكنولوجياً كبيرًا في شتى وسائل الاتصال، فقد أصبح المواطن العربي في ظل هذا الواقع الإعلامي الجديد محاصرًا بكم هائل من الرسائل الإعلامية (رمضان، 2019). وبالنظر للظاهرة، كان من الضروري إدراك تأثيرها ومخاطرها من خلال التركيز والاهتمام ببعض المفاهيم والمصطلحات التي يجب على الفرد تعلمها أن يتعلمها من خلال إكسابه القدرة على التعامل مع وسائل الإعلام، ويمكن القول إن التربية الإعلامية أصبحت أكثر من ضرورة لمواجهة تحديات العالم الرقمي ومخاطره؛ للحد من التأثيرات السلبية للعديد من الرسائل الإعلامية، وحتى تحقق التربية الإعلامية أهدافها لا بد من التركيز على تنمية مهارات التعامل مع وسائل الإعلام، وتقييم المحتوى الإعلامي لوسائل الإعلام الجديد التي يتفاعل معها الفرد، ومعرفة مصادرها والأهداف الكامنة خلفها؛ لتكون التربية الإعلامية بمثابة رخصة للحد من تأثيرات الاضطراب المعلوماتي على مستوى المنصات الاجتماعية. (عبد اللاوي، 2021)

إن وسائل الإعلام تتطلب منا كيفية استخدام مهارات التفكير الناقد، والمساعدة في التعرف إلى كيفية التواصل مع الآخرين، وأن نتعلم من تبنى تكنولوجيا رائدة ومبتكرة، وتفسير كيف نفهم العالم بما يحويه من قيم وأفكار عبر مساعدة الفرد على فهم نفسه والآخرين والحياة العامة، من خلال اختبار رسائل فكرية وسياسية متنوعة تقدم في وسائل الإعلام (Aufderheide, 2018).

وتعد التربية الإعلامية أداة رئيسة لنشر الوعي والمعرفة الإعلامية الرقمية، والمساعدة في فهم أعمق للمنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، والاستفادة من الفرص التي تتيحها التكنولوجيا الحديثة بأفضل أسلوب ممكن، مع توفير طرق للحماية من الانتهاكات والسلبيات نتيجة استخدام وسائل الإعلام الرقمي. (فخر الدين، 2022)

وأثبتت إحدى الدراسات التي أجريت في الأردن، أنَّ التربية الإعلامية والمعلوماتية أداة فاعلة في مواجهة مخاطر الشائعات، من خلال استقصائها ومعالجتها بطريقة موضوعية، وأظهرت الدراسة أيضًا أنَّ الشائعات تأخذ أشكالاً متعددة، كالشائعات الصحية، أو الاجتماعية، أو الاقتصادية (بدور، 2022). ويعيش الشباب في الأردن، مثل نظرائهم حول العالم، فترة تاريخية تمتلك فيها وسائل الاتصال والتواصل الرقمي دورًا كبيرًا في تعبيرهم عن آرائهم وتطوير هويتهم. ويعتبر الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي والبيئة الرقمية، منصة توفر للأفراد فرصة للتعبير عن أنفسهم بطرق متنوعة وكثيرة، حتى إن بعض هذه الوسائل تمكن الأفراد من الحفاظ على خصوصيتهم والتعبير بحرية. ومع ذلك، تظهر بعض التحديات التي تجعل التربية الإعلامية حاجة ماسة في الأردن، وبالتالي ضرورة طرحها وتمكينها في مراحل التعليمية. (Gill, 2016)

وتبرز أهمية التربية الإعلامية؛ بتمكين الشباب من مهارات التفاعل مع البيئة الرقمية، فضلاً عن فهم خصائصها ومضمونها، كونها تؤدي دورًا حاسمًا في تجاوز التحديات الفكرية والثقافية. ويعتبر الشباب في الأردن أغلبية سكانية، حيث يبلغون نسبة تقدر بحوالي (70٪) من السكان، وهم الفئة العمرية التي تتراوح بين (15 - 24) عامًا. وتمتلك هذه الفئة نسبة عالية من الإلمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث يمتلك ما يقرب من (92٪) منهم القدرة على التعامل مع الإنترنت وتقنيات العالم الرقمي. وهذا يأتي في وقت تعتبر نسبة السكان الذين يستخدمون الإنترنت في الشرق الأوسط، أعلى من المتوسط العالمي بنسبة تزيد عن (57٪) مقارنة بالمعدل العالمي البالغ (42%) (Gill, 2016).

وهذا ما جعل إدراج التربية الإعلامية في مراحل التعليمية المختلفة في الأردن يحمل أهمية بالغة، حيث يمكن لهذه الخطوة أن تؤدي دورًا حيويًا في تجهيز الأفراد بالمهارات، والمعارف اللازمة لمواجهة التحديات الحديثة بكفاءة. ويُمكن للتربية الإعلامية أن تمكّن الطلبة من فهم دور وسائل الإعلام والاتصال وتأثيرها في حياتهم اليومية وفي المجتمع عامة؛ من خلال تعلم كيفية تقييم المعلومات والأخبار بشكل نقدي وموضوعي، الأمر الذي يكسب الفرد القدرة على تحليل المعلومات بمنهجية، واتخاذ قرارات مستنيرة. بالإضافة إلى ذلك، فإن التربية الإعلامية تشجّع على تنمية مهارات البحث والتحقق من الحقائق، وتعزيز التفكير النقدي لدى الطلبة. كما تُمكنهم من التعبير عن أنفسهم بوسائل إعلامية متعددة؛ مما يعزز من قدراتهم على التواصل والتفاعل بفاعلية. وهذا النهج يؤدي دورًا مهمًا في تمكين الطلبة ليصبحوا مواطنين فاعلين ومشاركين في مجتمع معرفي وملتص بالتكنولوجيا الحديثة.

وفي ضوء التقدم الكبير الذي تشهده وسائل الإعلام، وتقنيات الاتصال والتواصل الحديثة، والانتشار الكبير لمنصات التواصل الاجتماعي باختلاف أنواعها،

ونتيجةً لكثرة المضامين الإعلامية التي تُبث عبر هذه الوسائل، نتجَ عن ذلك انتشار العديد من المظاهر السلبية، مثل: (الشائعات، خطاب الكراهية، التنمر، ...إلخ)؛ فأضحى العديد من الأفراد يتداولون هذا المحتوى الرقمي دون التحقق من مصداقيته ودقته وحقيقة مصادره، ودون إدراك تداعياته وآثاره السلبية عليهم وعلى المجتمع، والتي قد تكون في بعض الأحيان موجهة ومُمنهجة لتحقيق أهداف وغايات مُعينة. ومن هنا جاءت الدراسة للإجابة عن تساؤلها الرئيس: ما فاعلية دورات التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي؟

2. أهداف الدراسة:

1. التعرف إلى دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي لدى معلمي وزارة التربية والتعليم.
2. التعرف إلى دور التربية الإعلامية في التعامل مع المعلومات لدى معلمي وزارة التربية والتعليم.
3. التعرف إلى دور التربية الإعلامية في التحقق الإخباري لدى معلمي وزارة التربية والتعليم.
4. التعرف إلى دور التربية الإعلامية في التعامل مع الصور لدى معلمي وزارة التربية والتعليم.
5. التعرف إلى دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت لدى معلمي وزارة التربية والتعليم.

3. أسئلة الدراسة:

1. ما دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي لدى معلمي وزارة التربية والتعليم؟

2. ما دور التربية الإعلامية في التعامل مع المعلومات لدى معلمي وزارة التربية والتعليم؟
3. ما دور التربية الإعلامية في التحقق الإخباري لدى معلمي وزارة التربية والتعليم؟
4. ما دور التربية الإعلامية في التعامل مع الصور لدى معلمي وزارة التربية والتعليم؟
5. ما دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت لدى معلمي وزارة التربية والتعليم؟

4. فرضية الدراسة:

تهتم الدراسة بإجراء اختبار لأبرز فرضية لمعرفة هل "توجد علاقة ارتباطية بين دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت لدى معلمي وزارة التربية والتعليم، ومحاور الدورات التدريبية المتخصصة المتمثلة في:

- أ- مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي.
- ب- التعامل مع المعلومات.
- ت- التحقق الإخباري.
- ث- التعامل مع الصور.

6. مصطلحات الدراسة ومفاهيمها:

- **التربية الإعلامية:** تعرف التربية الإعلامية بأنها "تلك العملية التي يمكن أن يشارك فيها جميع المؤسسات الاجتماعية التي تستهدف توجيه وتوعية وتدريب الإنسان وتوعيته وتدريبه على حسن التعامل مع وسائل الإعلام، والتفكير الناقد حول ما تقدمه؛ ليكتسب مهارات تمكنه الاستخدام والاستفادة والمشاركة الفعالة، بحيث يحقق أكبر قدر ممكن من الاستفادة

مما تقدمه وسائل الإعلام من ناحية، ومواجهة السلبيات وتجنبها من ناحية أخرى". (البرصان، 2019). وفي سياق هذه الدراسة، تعرف على انها المناهج العملية والمهارات التي تهدف إلى تمكين الافراد وتوعية المجتمعات، وتدريب الأشخاص على التعامل الصحيح مع المعلومات المتدفقة عبر وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي، وتوظيف التفكير الناقد للاستفادة منها بشكل إيجابي، ومواجهة سلبياته بطرق علمية.

- **المحتوى الرقمي:** "يقصد به تلك المعلومات والبيانات المتاحة على الانترنت أو الوسائل التكنولوجية (الجوال والأجهزة المحمولة وجهاز الحاسوب وما ذلك)، سواء كانت مكتوبة، أو مسموعة أو مرئية أو عبارة عن رسومات أو برامج في شتى المواضيع والتخصصات، وهذا المحتوى الرقمي يلبي حاجات المستخدمين". (Alzyoud et al., 2023). وفي سياق هذه الدراسة، يعرف على انه المعلومات والبيانات المتاحة على شبكة الانترنت، ومنصات التواصل الاجتماعي المتعددة، بما تشكله من أنواع: (مكتوب، مرئي، مسموع) أو (مدمج) على شكل وسائط متعددة، وتتناول عدة مواضيع قد تهم الجمهور المتلقي.
- **دورات التربية الإعلامية:** في سياق هذه الدراسة، تعرف على انها يقصد بها الدورات المتخصصة في مهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية التي قدمها معهد الإعلام الأردني لمعلمي ومعلمات وزارة التربية والتعليم؛ بهدف تطوير إمكانياتهم في التعامل مع المحتوى الرقمي المنشور والمتداول في منصات التواصل الاجتماعي.

6. الدراسات السابقة:

1 – دراسة (الربابعة، 2022) بعنوان "دور التربية الإعلامية في التوعية من خطر الشائعات لدى الشباب الأردني"، سعت الدراسة إلى "معرفة مدى مساهمة التربية الإعلامية في مواجهات الشائعات"، و"دور التربية الإعلامية في التشجيع على حسن

انتقاء المصدر"، عبر استخدام المنهج المسحي بشقه الميداني الذي يعد جزءاً من البحث الوصفي، على عينة عشوائية قوامها (200) مفردة من الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز آراء المبحوثين فيما يخص مدى مساهمة التربية الإعلامية في مواجهات الشائعات هي دور: "إيجابي تلعبه التربية الإعلامية في مواجهات الشائعات"، والدور الإيجابي الذي تلعبه التربية الإعلامية، في تشجيع التربية الإعلامية على "حسن انتقاء المصدر".

2- دراسة (فخر الدين، 2022) بعنوان "دور التربية الإعلامية في الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي رؤية مستقبلية"، سعت الدراسة إلى "التعرف على مفهوم التربية الإعلامية الرقمية في ظل الانتشار الواسع لوسائل الاتصال وتقنيات المعلومات الحديثة المتسارعة"، و"تحديد كيفية الاستفادة من برامج التربية الإعلامية الرقمية في مواجهة مخاطر الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي"، عبر استخدام المنهج الكيفي على عينة عمدية قوامها (28) خبيراً من الأساتذة وأعضاء هيئة التدريس في أقسام الإذاعة والتلفزيون والصحافة والعلاقات العامة والإعلان، وتوصلت الدراسة إلى أن "التربية الإعلامية الرقمية تعني القدرة على الوصول إلى وسائل الإعلام الرقمي وتحليل رسائلها وتقييمها، بل وإنتاج المحتوى بعد انتشار وسائل التواصل الاجتماعي"، و"أهمية التنوع باستخدام كل المداخل في برامج التربية الإعلامية الرقمية عند تناولها مخاطر إشاعة الفوضى وبث الشائعات والأخبار المزيفة، والتي تشمل مدخل التحصين والحماية، والمدخل التحليلي النقدي، والمدخل الإباضي للإنتاج الإعلامي، ومدخل الشراكة المجتمعية، ومدخل الترفيه الإعلامي، وذلك لأن هذه البرامج تستهدف الجماهير التي لها خصائص وسمات مختلفة".

3- دراسة (Reem, 2022) بعنوان "تأثير الثقافة الإعلامية والمعلوماتية على اكتساب الطلاب المهارات اللازمة لكشف الأخبار المضللة"، سعت الدراسة إلى التعرف على تأثير الثقافة الإعلامية والمعلوماتية على اكتساب طلاب كلية التربية المهارات اللازمة لاكتشاف الأخبار المزيفة"، عبر استخدام المنهج التجريبي على عينة عشوائية قوامها (100) مفردة من الطلاب الجامعيين الأردنيين، وتوصلت الدراسة إلى أن "دراسة التربية الإعلامية والمعلوماتية لها تأثير على اكتساب الطلاب للمهارات اللازمة لاكتشاف الأخبار المزيفة"، وأن "الأساليب التي استخدمها الطلاب لتحديد وكشف الأخبار المزيفة بعد دراسة دورة التربية الإعلامية والمعلوماتية كانت علمية ومنطقية جيداً"، وأن "التربية الإعلامية تقوم على تطوير وتعزيز قدرات ومهارات التفكير النقدي لدى الأفراد للتعرف على الرسائل السلبية والإيجابية".

4- دراسة (محمد، 2022) بعنوان "إدراك طلاب الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وعلاقته بانتقاء المحتوى الرقمي لديهم"، سعت الدراسة إلى التعرف على مدى إدراك طلاب الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وذلك من خلال ثلاثة مجالات: (المعرفي، الوجداني، السلوكي)، و"معرفة العلاقة بين مدى إدراك طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وانتقائهم للمحتوى الرقمي"، عبر استخدام منهج المسح بشقه الميداني على عينة قوامها (300) مفردة من طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية: (الفرقة الأولى والرابعة) بمحافظة دمياط، وتوصلت الدراسة إلى أنه "توجد فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير النوع في المجالات الثلاثة (المعرفي، الوجداني، السلوكي) وكان الفارق لصالح الإناث في الفرقتين الأولى والرابعة"، و"توجد علاقة موجبة دالة إحصائية بين إدراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية والانتقاء الرقمي لديهم".

5- دراسة (المومني، 2021) بعنوان "دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب في المجتمع الأردني"، سعت الدراسة إلى "معرفة الدور الذي تقوم به التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب على الوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها"، و"التعرف على مدى إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى (ليس كل ما ينشر حقيقة)، من وجهة نظر الشباب"، عبر استخدام المنهج الوصفي، على عينة عشوائية بسيطة، قوامها (320) مفردة، من جميع الشباب المستفيدين من برامج التربية الإعلامية للفئة العمرية (17 – 30) سنة، وتوصلت الدراسة إلى أن "دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها"، هو "التمكين من تمييز الشائعات الضارة عن المعلومات الصحيحة"، و"إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى"، هو "التقصي عن حقيقة الأخبار والمعلومات المنشورة".

6- دراسة (عبد اللاوي، 2021) بعنوان "اتجاهات أساتذة الإعلام نحو دور التربية الإعلامية في الحد من الاضطراب المعلوماتي لدى مستخدمي المنصات الاجتماعية"، سعت الدراسة إلى "تحديد دور التربية الإعلامية في المنصات الاجتماعية"، و"تقديم مقترحات من وجهة نظر الأساتذة لتفعيل التربية الإعلامية والحد من خطر اضطراب وتحقيق الأمن المعلوماتي"، عبر استخدام المنهج المسحي على عينة قوامها (39) مفردة بأسلوب الحصر الشامل من أساتذة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وتوصلت الدراسة إلى أن "أهم أسباب الإضطراب المعلوماتي هو غياب القدرة على تقييم وتحليل وإنتاج المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام لدى المستخدمين"، وأن "درجة أهمية اكتساب مهارة التربية الإعلامية كبيرة من وجهة نظر عينة الدراسة"، و"ضرورة إدراج التربية الإعلامية كمقياس في مختلف التخصصات".

7- دراسة (البرصان، 2019) بعنوان "إدراك مدرسي المرحلة الثانوية في الأردن لمفهوم ومبادئ التربية الإعلامية"، سعت الدراسة إلى "معرفة إدراك مدرسي المرحلة الثانوية في الأردن لمفهوم ومبادئ التربية الإعلامية"، و"معرفة مستقبل تدريس التربية الإعلامية لتحقيق الوعي بين الطلبة وتمكنهم من التحليل والتفرقة بين الأخبار ذات المصدقية وذات التضليل الإعلامي"، عبر استخدام المنهج الوصفي على عينة طبقية قوامها (300) مفردة من مدرسي المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية والخاصة في العاصمة عمان، وتوصلت الدراسة إلى أن "إدراك مدرسي المرحلة الثانوية أن للتربية الإعلامية دوراً في تشكيل الرأي العام للطلاب تجاه القضايا العامة، وأن "التربية الإعلامية تجعل الطالب يميز بين الخبر والرأي والخبر الصحيح والإشاعة وبين النصيحة والخبر".

8- دراسة (Anderso, 2019) بعنوان "تدريس القراءة النقدية: التربية الإعلامية في صفوف المرحلة الثانوية"، سعت الدراسة إلى "معرفة تأثير وحدة التحليل البلاغي باستخدام التربية الإعلامية النقدية على مستوى متقدم في اللغة الإنجليزية والتأليف"، عبر استخدام المنهج التجريبي واستخدام تحليل الخطاب كأداة لفهم النصوص وتحليلها، على عينة قوامها (38) مفردة من الطلاب المشاركين في قسمين من (APELC)، وتوصلت الدراسة إلى أن "دراسة مادة التربية الإعلامية تساهم بشكل كبير في تطوير قدرات الطلاب في التحليل النقدي وفهم النصوص الإعلامية"، و"تعزز المادة قدرتهم على تمييز وتفسير التحيز العنصري والرموز الثقافية الموجودة في الوسائل الإعلامية المختلفة"، كما تعمل المادة على "تعزيز مهارات القراءة النقدية والتفكير لدى الطلاب، مما يعزز مشاركتهم الفاعلة في المجتمع والمناقشات العامة المتعلقة بقضايا الإعلام والثقافة".

9- دراسة (وكال، 2018) بعنوان "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري"، سعت الدراسة إلى "التعرف على أبرز مواضيع الشائعات في شبكات التواصل الاجتماعي"، و"توضيح أسباب انتشار الشائعات في شبكات التواصل الاجتماعي"، عبر استخدام المنهج الوصفي على عينة قصدية قوامها (50) مفردة، توصلت الدراسة إلى أن "المبحوثين يوافقون على التأكد من صحة الخبر من مصادر موثوقة فقط بنسبة (65%)"، و"أن أغلب المبحوثين يوافقون على غياب الشفافية في وسائل الإعلام الرسمية وكان ذلك بنسبة (55%)".

10- دراسة (عرفات، 2018) بعنوان "العلاقة بين دراسة طلاب الإعلام لمقرر التربية الإعلامية وسلوكهم الواعي في تعاملهم مع وسائل الإعلام"، سعت الدراسة إلى "معرفة مدى تأثير دراسة مقرر التربية الإعلامية على السلوك الواعي لطلاب الجامعة في تعاملهم مع وسائل الإعلام"، و"مدى إمكانية تحول الفرد رقيبًا لنفسه وأن يتسلح بقدرات نقدية وعمليات عقلية"، عبر استخدام المنهج شبه التجريبي على عينة عمدية قوامها (200) مفردة من الذكور والإناث، موزعة على (100) مفردة من الفرقة الثانية في كلية الإعلام بجامعة فاروس بالإسكندرية، ممن درسوا مقررة التربية الإعلامية (كعينة تجريبية)، و(100) مفردة من نفس الكلية، ممن لم يدرسوا المقرر بعد (كعينة ضابطة)، وتوصلت الدراسة إلى أنه "يرى معظم أفراد العينة أنه من المهم دراسة مقرر التربية الإعلامية (68%)"، و"جميع من درسوا المقرر قد استفادوا منه، سواء كانت درجة الاستفادة "كبيرة" كما ذكر (60%) من أفراد العينة، أو كانت الاستفادة "إلى حد ما" كما أشار (40%)".

11- دراسة (Savage, 2018) بعنوان "أثر منهج التربية الإعلامية على قدرة طلاب المرحلة الإعدادية في تمييز التحيز العنصري في وسائل الإعلام"، سعت الدراسة إلى معرفة "أثار منهج التربية الإعلامية على قدرة طلاب المدارس الإعدادية على التعرف

على التحيز العنصري في وسائل الإعلام"، عبر استخدام المنهج التجريبي على عينة قوامها (22) مفردة من الطلاب، وتوصلت الدراسة إلى "أن منهج التربية الإعلامية يعزز وعي طلاب المرحلة الإعدادية بالتحيز العنصري والصور النمطية المتواجدة في وسائل الإعلام"، و"أظهرت البيانات التي تم جمعها من الدراسة، ولا سيما البيانات النوعية، الحاجة الملحة لمنهج فعال لتعليم التربية الإعلامية"، و"أن الطلاب الذين تلقوا التعليم الإعلامي المناسب كانوا أكثر قدرة على التمييز بين الرسائل المحايدة وتلك ذات الصورة النمطية أو التحيز العنصري".

8. التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة يمكن ملاحظة الآتي:

1- حداثة الدراسات السابقة حيث أجريت خلال السنوات العشر الأخيرة؛ مما يشير إلى أهمية التربية الإعلامية، ودورها في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي، وأهمية دراستها.

2- اتفقت الدراسة الحالية في الظاهرة المدروسة، حيث تناولت التربية الإعلامية ودورها في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي، في ظل التطور التكنولوجي المتسارع، وتزايد كميات المعلومات المتدفقة عبر مختلف قنوات الاتصال. مثل دراسة (محمد، 2022).

4- تمثلت استفادة الباحث من الدراسات السابقة في تحديد أهداف الدراسة بدقة، وتحديد المنهج الأكثر ملاءمة لتحقيق أهداف الدراسة، وتحديد الأداة المستخدمة، كما ستم الاستفادة من تلك الدراسات في مقارنة نتائجها مع نتائج الدراسات السابقة بعد الوصول إليها.

9. أنموذج الدراسة:

أنموذج (James Potter) للتربية الإعلامية:

تستند الدراسة الحالية إلى نموذج جيمس بوتير (James Potter's) المعرفي (2004) للتربية الإعلامية (Cognitive model of media literacy). الذي يأخذ في الحسبان العوامل المؤثرة في التربية الإعلامية. ويعد أنموذج جيمس بوتير (James Potter) للتربية الإعلامية المدخل النظري الوحيد الذي استخدمته العديد من دراسات التربية الإعلامية الإخبارية، وركزت الدراسات على وجه التحديد على مكونين اثنين من مكونات الأنموذج الثلاثة الرئيسة، وتركت الجزء الخاص بمعالجة المخرجات الإعلامية (Media outcomes)، لذلك يعد هذا أنموذجاً معدلاً من أنموذج بوتير الذي يركّز على ما يتعلق بالتربية الإعلامية الإخبارية، ويفترض أنموذج التربية الإعلامية الإخبارية المعدل من أنموذج بوتير للتربية الإعلامية، أن الأفراد ذوي مستوى التربية الإعلامية الإخبارية المرتفع، يفكرون بعمق في التجارب والخبرات الإعلامية، ولديهم اعتقاد أنهم يتحكمون في تأثيرات وسائل الإعلام، وأنهم على دراية عالية بالمحتوى الإعلامي والصناعة الإعلامية (Media industry)، وتأثير وسائل الإعلام (Papaioannou, 2015).

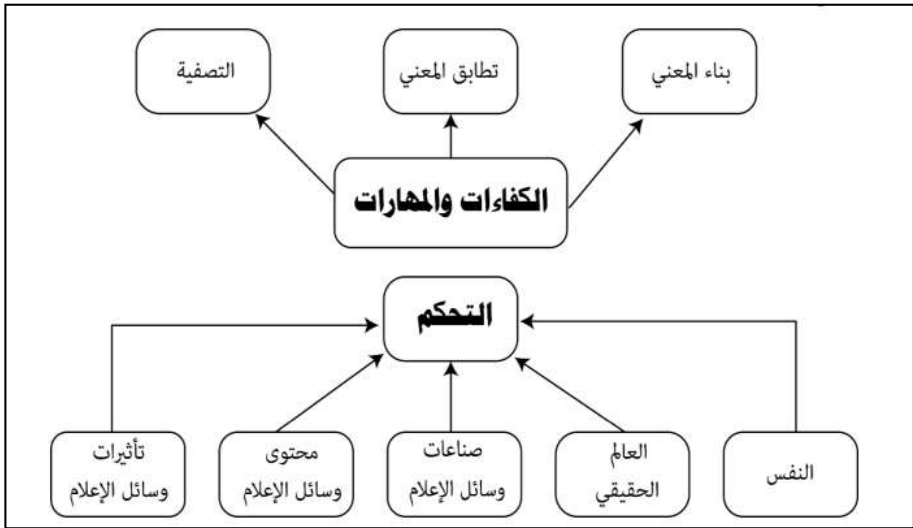
ويعد أنموذج بوتير مفيداً لأنه يأخذ في الحسبان العديد من العوامل التي تؤثر على محو الأمية بشكل عام، بما في ذلك المعرفة اللازمة للاستعداد للتعرض لوسائل الإعلام، وكذلك الطرق التي يعالج بها الأفراد المعلومات بمجرد الكشف عنها، حيث يهدف أيضاً أنموذج التربية الإعلامية لدى بوتير إلى توفير فهم شامل لكيفية تفاعل

الأفراد مع وسائل الإعلام ويؤكد النموذج على أربعة مكونات رئيسية يمكن دراستها والاستفادة منها في تطوير مناهج التربية الاعلامية وهي هياكل المعرفة، والمحور الشخصي، والكفاءات والمهارات، ومهام معالجة المعلومات، وفي أنموذج بوتير حول هياكل المعرفة، تتجسد هناك خمسة معارف أساسية هي المعرفة بالمحتوى الإعلامي، والصناعات الإعلامية، والتأثيرات الإعلامية، والعالم الحقيقي، والذات مع مجموعة محركات الشخص، واحتياجاته، وقدراته الفكرية تسمى: «الموقع الشخصي» التي تحكم معالجة المعلومات، وبناء المعنى من تلك المعلومات. (Maks) (et al., 2015).

وتتفاعل هذه الأنواع الخمسة من المعرفة مع مجموعة من الدوافع والاحتياجات والذكاء الشخصية التي يسميها بوتير "الموضع الشخصي"، وهي العملية التي يعتقد الفرد من خلالها أنه يتحكم في محتوى الوسائط، ويعالج المعلومات، ويبني المعنى من هو-هي. وفقاً لـ (Potter)، "يكون الفرد الذي لديه معرفة بالمجالات الخمسة أكثر وضوحاً في مهام معالجة المعلومات، وأكثر قدرة على اتخاذ قرارات أفضل حول البحث عن المعلومات، واستخدام المعلومات، وبناء المعنى لتحقيق أهداف المرء حيث يمكن الإشارة الى أن هذا المكون يشكل فهماً أعمق لتأثيرات الإعلام ومحتواه وصناعاته لدى الافراد، وكذلك علاقتهم بالعالم الحقيقي والهوية الشخصية. كما يرتبط هذا المكون في انموذج بوتير بكيفية تنظيم هذه المعارف في الذاكرة واستخدامها لمعالجة محتوى الإعلام (Potter, 2004).

أما فيما يتعلق بالمحور الشخصي بحسب بوتير فإن هذا المكون يدرس كيف تشكل الأهداف الفردية والدوافع الذاتية طريقة استهلاك وتفسير الافراد للمحتوى الذي تعرضه وسائل الإعلام. ويؤكد بوتير على دور الاختيارات الشخصية والميولات الفردية في التفاعل مع هذه الوسائل. أما المكون الثالث يدرس الكفاءات والمهارات

التي يجب تطويرها في برامج دورات التربية الاعلامية وتعزيز القدرات والمهارات الخاصة بالافراد والهادفة الى دعم قدراته في معالجة المحتوى الذي يتعرض له عبر وسائل الاعلام. حيث يجدر الاشارة هنا الى التمييز بين المهارات والكفاءات الفطرية والمهارات المكتسبة من خلال الخبرات والتجارب الذاتية، ويؤكد بوتر في هذا المحور على أهمية التربية الاعلامية في في اكساب الافراد مهارات التحليل والمعالجة والتفكير النقدي. وأخيرا يعرض بوتر مهام معالجة المعلومات وفي هذا المكون يستكشف المهام الإدراكية المحددة المتضمنة في التفاعل مع وسائل الإعلام، مثل تنقية المعلومات، ومطابقة المعاني التي يتعرض لها الافراد مع المعارف الحالية، وبناء معاني جديدة معتمدة على الرسائل التي تعرضها وسائل الإعلام، ويؤكد بوتر في هذا المكون على الحاجة إلى التعلم المستمر والتكيف في مواجهة المشهد الإعلامي المتطور.



الشكل (1): أنموذج جيمس بوتر للتربية الإعلامية

10. نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التي تستهدف التوصل إلى المعرفة التفصيلية بالظواهر والأحداث والقضايا من خلال البحث في متغيراتها وعناصرها وخصائصها والعوامل المؤثرة فيها (Ahmad et al., 2022)، وتوفير المعلومات الكافية لتحليلها وتفسيرها، للوقوف على تأثيراتها ودلالاتها، ووضع الإجراءات المناسبة لمعالجتها أو تطويرها أو تغييرها أو استكمالها أو التنبؤ بمستقبلها (Alzyoud et al., 2023; Ahmad, 2022). ويعتبر المنهج المسحي أو الأسلوب المسحي، من أبرز الطرق المستخدمة في البحوث الإعلامية؛ بهدف الحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويُعرّف هذا المنهج بمجموعة الظواهر التي تندرج حول موضوع البحث، التي تضم عددًا من المفردات المكوّنة لمجتمع البحث خلال مدة زمنية كافية؛ بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين، بحيث سيستخدم منهج مسح الجمهور؛ للتحقق من العينة المستهدفة في الدراسة لإبراز فاعلية دورات التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي لدى معلمي وزارة التربية والتعليم (Mahmoud et al., 2023, Hatamleh et al., 2023).

11. مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة من كافة معلمي وزارة التربية والتعليم في الأردن، وتم اختيار عينة عمدية قوامها (316) من المعلمين الذين تلقوا الدورات المتخصصة في مجال التربية الإعلامية، الملحق (1)، والتي قدمها معهد الإعلام الأردني، ويوضح الجدول (1) السمات الشخصية للمبحوثين.

الجدول (1): البيانات الشخصية للمبحوثين

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكر	115	36.4%
	أنثى	201	63.6%
العمر	أقل من 30 عام	9	2.8%
	30- أقل من 40 عام	105	33.2%
	40- أقل من 50 عام	168	53.2%
	50 عام فأكثر	34	10.8%
المستوى التعليمي	دبلوم	7	2.2%
	بكالوريوس	132	41.8%
	دراسات عليا	177	56.0%
طبيعة العمل	معلم	266	84.2%
	مشرف تربوي	50	15.8%
المجموع (ن)		316	100%

12. أداة الدراسة:

أعتمد الباحث في هذه الدراسة بشكل رئيس على الاستبانة المصممة خصيصًا للدراسة، وجمع البيانات والمعلومات الكافية عن فاعلية دورات التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي في الأردن. وتم اعتماد الاستبانة الالكترونية المرسله عبر مجموعات المتدربين في تطبيق واتساب للحصول على البيانات من افراد العينة. وبعد معاينة القيم الخاصة بمعامل ألفا كرونباخ، بأنَّ كافة

المحاور ذات ارتباط مرتفع مع المجموع الكلي للأداة، حيث إنَّ المحور الأول قد حققَ قيمة ارتباطية بلغت (0.91)، وقد حقق المحور الثاني قيمة ارتباطية بلغت (0.93)، وقد حقق المحور الثالث قيمة ارتباطية بلغت (0.92)، وقد حقق المحور الرابع قيمة ارتباطية بلغت (0.93)، وقد حقق المحور الخامس قيمة ارتباطية بلغت (0.94)، وبلغَ الثبات الكلي للأداة (0.98)؛ ونستدل بذلك أنَّ قيمة الثبات للأداة مُرتفع.

الجدول (2): درجة ثبات الاستبانة

المحور	قيمة كرونباخ ألفا
دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في التعامل مع المعلومات الرقمية.	0.91
دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي.	0.93
دور التربية الإعلامية في تعزيز مهارات المبحوثين في التحقق الإخباري.	0.92
دور التربية الإعلامية في تعريف المبحوثين بكيفية التعامل مع الصور.	0.93
دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت.	0.94
الثبات الكلي للأداة	0.98

13. المقاييس الإحصائية:

تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)؛ لتحليل بيانات الدراسة الحالية، وقد تم استخدام المقاييس الإحصائية الآتية: التكرارات والنسب المئوية، والوسط الحسابي، والانحراف المعياري، واختبار (T-test)، واختبار تحليل التباين الأحادي (ONE-WAY ANOVA)، واختبار تحليل التباين البعدي (LSD)، ومعامل الارتباط بيرسون (Pearson's Correlation).

14. نتائج الدراسة ومناقشتها

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

1) مساهمة المبحوثين بتنفيذ نشاط أو تدريب متخصص بالتربية الإعلامية والمعلوماتية

الجدول (3): مساهمة المبحوثين بتنفيذ نشاط أو تدريب متخصص بالتربية

الإعلامية والمعلوماتية قبل انضمامهم لتدريبات التربية الإعلامية وبعده

المقياس	قبل	بعده	
التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	111	191	60.4%
لا	205	125	39.6%
المجموع (ن)	316	316	100%

يتضح من الجدول السابق الذي يبين مدى مساهمة المبحوثين بتنفيذ نشاط أو تدريب متخصص بالتربية الإعلامية والمعلوماتية على مستوى المديرية أو المدرسة التي يعملون بها، قبل انضمامهم لتدريبات التربية الإعلامية وبعده، حيثُ أفادَ (64.9%)، بأنهم لم يقوموا بتنفيذ نشاط أو تدريب متخصص بالتربية الإعلامية

والمعلوماتية قبل انضمامهم لتدريبات التربية الإعلامية، بينما (35.1%) أفادوا بأنهم قاموا بتنفيذ نشاط أو تدريب متخصص بالتربية الإعلامية والمعلوماتية قبل انضمامهم لتدريبات التربية الإعلامية.

وتظهر بيانات الجدول أن (60.4%) من المبحوثين قد قاموا بتنفيذ نشاط أو تدريب متخصص بالتربية الإعلامية والمعلوماتية، بعد انضمامهم لتدريبات التربية الإعلامية، بينما (39.6%) أفادوا بأنهم لم يقوموا بتنفيذ نشاط أو تدريب متخصص بالتربية الإعلامية والمعلوماتية، بعد انضمامهم لتدريبات التربية الإعلامية، الأمر الذي يشير إلى ارتفاع نسبة تنفيذ النشاطات والتدريبات المتخصصة في مجال التربية الإعلامية والمعلوماتية بما يقارب (25%) نتيجة اشتراك المعلمين في الدورات المتخصصة بذلك.

2) دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في التعامل مع المعلومات الرقمية

الجدول (4): دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في التعامل مع المعلومات الرقمية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
التمييز بين مصادر المعلومات الرقمية.	4.50	0.60	مُرتفعة
تعزيز مهارة تقييم مصداقية وموثوقية المعلومات الرقمية.	4.48	0.60	مُرتفعة

مُرتفعة	0.66	4.46	الإلمام بأخلاقيات استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومشاركة المحتوى الرقمي.
مُرتفعة	0.61	4.44	تعزيز مهارة الوصول للمعلومات الرقمية.
مُرتفعة	0.67	4.43	استخدام محركات البحث بشكل فاعل للعثور على المعلومات المطلوبة.
مُرتفعة	0.66	4.37	تنمية مهارة التفكير النقدي حول المعلومات الرقمية.
مُرتفعة	0.73	4.31	الإلمام بحقوق النشر والملكية الفكرية.
مُرتفعة	0.72	4.26	معرفة طرق التصدي للتهديدات الرقمية.
مُرتفعة	0.74	4.26	تعلم كيفية تحليل البيانات والمعلومات الرقمية.
مُرتفعة	0.665	4.39	المتوسط العام

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في التعامل مع المعلومات الرقمية، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.39)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "التمييز بين مصادر المعلومات الرقمية"، بمتوسط حسابي بلغ (4.50)، ثم عبارة: "تعزيز مهارة تقييم مصداقية وموثوقية المعلومات الرقمية" بمتوسط حسابي بلغ (4.48)، ثم عبارة: "الإلمام بأخلاقيات استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومشاركة المحتوى الرقمي"، بمتوسط حسابي بلغ (4.46).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الربابعة، 2022)، التي أظهرت الدور الإيجابي الذي تؤديه التربية الإعلامية، في تشجيع على حسن انتقاء مصادر المعلومات. كذلك

اتفقت مع دراسة (المومني، 2021)، التي أظهرت دور التربية الإعلامية في تطوير القدرات في الوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها، من خلال التمكين من تمييز الشائعات الضارة عن المعلومات الصحيحة. كذلك اتفقت مع دراسة (Reem، 2022)، التي توصلت إلى أنّ دراسة التربية الإعلامية والمعلوماتية لها تأثير على اكتساب المهارات اللازمة لاكتشاف الأخبار المزيفة، وأنّ الأساليب التي استخدمها المتعلمون لتحديد الأخبار المزيفة وكشفها بعد دراسة دورة التربية الإعلامية والمعلوماتية، كانت علمية ومنطقية جداً، وأنّ التربية الإعلامية تقوم على تطوير قدرات ومهارات التفكير النقدي وتعزيزها لدى الأفراد للتعرف إلى الرسائل السلبية والإيجابية. كذلك اتفقت مع دراسة (البرصان، 2019)، التي أظهرت أنّ التربية الإعلامية تجعل متلقها يميزون بين الخبر والرأي، والخبر الصحيح والشائعة، وبين النصيحة والخبر.

ويستنتج الباحث بأن حصول عبارة "التميز بين مصادر المعلومات الرقمية"، على أعلى متوسط حسابي، يعزى إلى دور مهارات التربية الإعلامية في تمكين المبحوثين من التعامل مع المعلومات الرقمية بطريقة متطورة وصحيحة وأمنة، حيث تلقوا في التدريبات المهارات المتخصصة في الوصول إلى المعلومات الرقمية وتمييز مصادرها، وطورت من قدراتهم على البحث في تلك المعلومات، والتميز بين الصحيح والمغلوط منها، خاصة أن مجتمع الدراسة يتعامل مع كم هائل من المعلومات، لكنه يفتقد إلى مهارات وطرق التعامل الصحيح معها.

3) دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي
الجدول (5): دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي

العبارة	المتوسط ط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
الإلمام بمهارات التفاعل الآمن مع المحتوى الرقمي.	4.35	0.610	مُرتفعة
معرفة أخلاقيات وتشريعات نشر المحتوى الرقمي.	4.35	0.660	مُرتفعة
القدرة على التحقق من مصدر المعلومات.	4.30	0.640	مُرتفعة
معرفة كيفية حماية المعلومات الشخصية.	4.29	0.700	مُرتفعة
زيادة الإدراك بقضايا الخصوصية الرقمية.	4.28	0.670	مُرتفعة
معرفة كيفية تقييم المحتوى الرقمي.	4.27	0.650	مُرتفعة
معرفة كيفية التعامل مع مختلف أنواع المحتوى الرقمي.	4.21	0.710	مُرتفعة
تطوير مهارات الإبداع والابتكار عبر الوسائط الرقمية.	4.18	0.690	مُرتفعة
تطوير مهارات تحليل المحتوى بشكل منهجي.	4.12	0.650	مُرتفعة
المتوسط العام	4.26	0.664	مُرتفعة

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في التعامل مع المحتوى الرقمي، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.26)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "الإلمام بمهارات التفاعل الآمن مع المحتوى الرقمي"، وعبارة: "معرفة أخلاقيات وتشريعات نشر المحتوى الرقمي" بمتوسط حسابي بلغ (4.35)، ثم عبارة: "القدرة على التحقق من مصدر المعلومات" بمتوسط حسابي بلغ (4.30).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (فخر الدين، 2022)، التي توصلت إلى أنّ التربية الإعلامية الرقمية لها القدرة على الوصول إلى وسائل الإعلام الرقمي، وتحليل رسائلها وتقييمها، بل وإنتاج المحتوى بعد انتشار وسائل التواصل الاجتماعي. كذلك اتفقت مع دراسة (Reem, 2022)، التي توصلت الدراسة إلى أنّ التربية الإعلامية تقوم على تطوير قدرات ومهارات التفكير النقدي وتعزيزها لدى الأفراد للتعرف إلى الرسائل السلبية والإيجابية في المحتوى الرقمي. كذلك اتفقت مع دراسة (محمد، 2022)، التي أبرزت أنّ التربية الإعلامية تعزز من انتقاء المحتوى الرقمي. واتفقت أيضًا مع دراسة (المومني، 2021)، التي بينت دور التربية الإعلامية في تطوير القدرات في الوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها.

ويستنتج الباحث بأن حصول عبارة: "الإلمام بمهارات التفاعل الآمن مع المحتوى الرقمي" على أعلى متوسط حسابي، يعزى إلى مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي التي اكتسبها المبحوثون من المادة التدريبية المتخصصة، والتي ساهمت في توسيع مداركهم بشأن معنى المحتوى الرقمي، والتأكيد على أنه لا يقتصر على فكرة الإعداد والتصوير والمونتاج، بل هناك مهارات تستخدم في صناعة المحتوى وتطويره، وكذلك تحليله، وفهم الغاية من صناعته ونشره، بالإضافة إلى فهم أخلاقيات النشر وتشريعاته، كما أن تلك المهارات قد تساهم في تطوير المبحوثين لمحتوى رقمي يطور من طرق تدريسهم لمناهجهم مستقبلاً.

4) دور التربية الإعلامية في تعزيز مهارات المبحوثين في التحقق الإخباري

الجدول (6): دور التربية الإعلامية في تعزيز مهارات المبحوثين في التحقق الإخباري

العبارات	المتوسط	الانحراف	درجة
الحسابي	المعياري	الموافقة	

مُرتفعة	0.660	4.37	القدرة على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة.
مُرتفعة	0.640	4.36	تعلم كيفية التحقق من مصداقية المعلومات الرقمية.
مُرتفعة	0.690	4.35	فهم المخاطر المحتملة للتلاعب بالمعلومات والأخبار.
مُرتفعة	0.640	4.33	فهم الدوافع وراء نشر الأخبار المزيفة.
مُرتفعة	0.720	4.27	تفعيل المشاركة في الحوارات التي تطرحها وسائل الإعلام.
مُرتفعة	0.700	4.27	تعزيز مهارة تحليل الوسائط المتعددة المرفقة بالخبر.
مُرتفعة	0.700	4.26	معرفة أدوات ومعايير التحقق من مصداقية المصادر.
مُرتفعة	0.679	4.32	المتوسط العام

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في تعزيز مهارات المبحوثين في التحقق الإخباري، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.32)، حيث جاء بأعلى متوسط حسابي عبارة: "القدرة على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة"، بمتوسط حسابي بلغ (4.37)، ثم عبارة: "تعلم كيفية التحقق من مصداقية المعلومات الرقمية" بمتوسط حسابي بلغ (4.36)، ثم عبارة: "فهم المخاطر المحتملة للتلاعب بالمعلومات والأخبار"، بمتوسط حسابي بلغ (4.35).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Anderso, 2019)، التي توصلت إلى أنّ دراسة التربية الإعلامية تساهم بشكل كبير في تطوير قدرات التحليل النقدي، وفهم النصوص الإعلامية، وتعزز القدرة على تمييز التحيز العنصري والرموز الثقافية الموجودة في الوسائل الإعلامية المختلفة وتفسيرها، كما تعمل على تعزيز مهارات القراءة النقدية والتفكير؛ مما يعزز المشاركة الفاعلة المتعلقة بقضايا الإعلام والثقافة. كذلك اتفقت مع دراسة (وكال، 2018)، التي أبرزت أنّ التربية الإعلامية تساهم في التأكد من صحة الخبر من مصادر موثوقة بدرجة كبيرة جدًا. واتفقت أيضًا مع دراسة (Savage, 2018)، التي أبرزت أنّ التربية الإعلامية قادرة على تمكين المتعلمين لها من التمييز بين الرسائل المحايدة، وتلك ذات الصورة النمطية أو ذات التحيز العنصري.

ويستنتج الباحث بأن حصول عبارة: "القدرة على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة"، على أعلى متوسط حسابي، يعزى إلى اهتمام الباحثين في متابعة الأخبار لاعتبارات عدة ترتبط بمستوياتهم الثقافية، وطبيعة عملهم كمدرسين، وعبروا خلال التدريبات المتخصصة عن معرفتهم السطحية بمعنى الأخبار المضللة والمفبركة لكن دون أي معارف أو مهارات تمكّنهم من التحليل والتحقق، وهنا كان الدور المهم لمهارات التحليل، والتحقق بالطرق التقليدية، والطرق الرقمية الحديثة التي وفرها البرنامج التدريبي، بما يتوافق مع غير العاملين في مجال الصحافة والإعلام، الأمر الذي لقي تفاعلًا كبيرًا من الباحثين، وبسط لديهم طرقًا ومهاراتٍ للتحقق الإخباري، وتوظيف التفكير الناقد في التمييز بين الأخبار الصحيحة والمضللة.

(5) دور التربية الإعلامية في تعريف الباحثين بكيفية التعامل مع الصور:

الجدول (7): دور التربية الإعلامية في تعريف المبحوثين بكيفية التعامل مع الصور

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
القدرة على تحليل الصور بشكل نقدي.	4.38	0.680	مُرتفعة
فهم دوافع استخدام الصور في الإعلانات.	4.35	0.660	مُرتفعة
القدرة على فحص الصورة لفهم الرسالة المنقولة والرموز المستخدمة فيها.	4.33	0.680	مُرتفعة
القدرة على تمييز مصداقية المحتوى الإعلاني.	4.31	0.700	مُرتفعة
معرفة حقوق نشر الصور.	4.25	0.720	مُرتفعة
تطوير مهارات إنشاء السرد القصصي باستخدام الصور.	4.22	0.710	مُرتفعة
القدرة على فحص الصور المعدلة رقمياً والفيديوهات المفبركة.	4.18	0.750	مُرتفعة
تطوير مهارات إنتاج الصور.	4.18	0.760	مُرتفعة
المتوسط العام	4.27	0.708	مُرتفعة

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في التعامل مع الصور، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.27)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "القدرة على تحليل الصور بشكل نقدي"، بمتوسط حسابي بلغ (4.38)، ثم عبارة: "فهم دوافع استخدام الصور في الإعلانات"، بمتوسط حسابي بلغ (4.35)، ثم عبارة: "القدرة على فحص الصورة لفهم الرسالة المنقولة والرموز المستخدمة فيها"، بمتوسط حسابي بلغ (4.33).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (فخر الدين، 2022)، التي توصلت إلى أنّ التربية الإعلامية لديها القدرة على تمكين الوصول إلى محتوى وسائل الإعلام الرقمي، وتحليل رسائلها وتقييمها. وكذلك اتفقت مع دراسة (المومني، 2021)، التي بينت أنّ للتربية الإعلامية دورًا في تطوير قدرات الوصول للمصادر الموثوقة للمضامين الإعلامية وتقييمها، وتقصي عن حقيقة الأخبار والمعلومات المنشورة على اختلاف أشكالها.

ويستنتج الباحث بأن حصول عبارة: "القدرة على تحليل الصور بشكل نقدي"، على أعلى متوسط حسابي، يعزى إلى كون المبحوثين ككثير من غير المتخصصين في فن الصورة، لم يكن لديهم أي معرفة بكواليس صناعة الصورة، والغايات منها، وطرق توظيفها في التضييل، وقراءة محتوى الصورة بطريقة تحليلية نقدية، الأمر الذي عالجته البرنامج التدريبي؛ بتوفير مهارات تقليدية تستند على العين المجردة للمتلقين، والبحث في مضمون الصورة ومصدرها، بالإضافة إلى الطرق الرقمية بالتحقق من الصور من خلال منصات وتطبيقات متخصصة، تساعد على كشف حقيقة الصور، وما طرأ من تعديلات عليها، والغاية من استخدامها.

6) دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت:
الجدول (8): دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في التعامل مع الإنترنت

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
تساعد في التحقق من مصداقية المعلومات على الإنترنت.	4.40	0.640	مُرتفعة
تطوير مهارات البحث عبر الإنترنت.	4.37	0.620	مُرتفعة
المعرفة بالجرائم الإلكترونية.	4.33	0.680	مُرتفعة
معرفة كيفية حماية البيانات الشخصية عبر الإنترنت.	4.32	0.690	مُرتفعة
تطوير مهارات التحقق من موثوقية المصادر عبر الإنترنت.	4.31	0.660	مُرتفعة
تعزيز مهارات الاتصال والتفاعل الآمن مع الآخرين عبر الإنترنت.	4.30	0.660	مُرتفعة
معرفة طرق الإبلاغ عن الجرائم الإلكترونية.	4.22	0.750	مُرتفعة
تطوير مهارات الحماية الرقمية.	4.22	0.730	مُرتفعة

مُرتفعة

0.679

4.31

المتوسط العام

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة من الموافقة، نحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في التعامل مع الإنترنت، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.31)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "تساعد في التحقق من مصداقية المعلومات على الإنترنت"، بمتوسط حسابي بلغ (4.40)، ثم عبارة: "تطوير مهارات البحث عبر الإنترنت" بمتوسط حسابي بلغ (4.37)، ثم عبارة: "المعرفة بالجرائم الإلكترونية"، بمتوسط حسابي بلغ (4.33).

وتتفق هذه النتيجة مع مع دراسة (وكال، 2018)، التي أظهرت أنّ التربية الإعلامية تساهم في التعامل مع الإنترنت، من خلال التحقق من الشائعات المنتشرة في البيئة الرقمية.

يستنتج الباحث بأن حصول عبارة: "تساعد في التحقق من مصداقية المعلومات على الإنترنت"، على أعلى متوسط حسابي، يعزى إلى كون المبحوثين يعتمدون بالأصل على الإنترنت في مهنتهم وزاد هذا الاعتماد مع إدخال التعليم الإلكتروني إلى المناهج الدراسية وخطط التدريس، لكن العديد منهم كان يفتقر لمهارات بحثية جديدة يكتشف بها الخصائص المتعددة التي يوفرها البحث، والبحث المتقدم عبر الإنترنت، إلى جانب أهمية تلك الخصائص في التحقق من المعلومات والصور، ما وجدوا من خلاله سبلاً لتطوير مهاراتهم التدريسية، بالإضافة إلى فهم أعمق لأهمية البيانات الشخصية وحمايتها، وطرق استخدامها بشكل آمن عبر الإنترنت.

ثانياً: نتائج اختبار فرضية الدراسة

الفرضية: توجد علاقة ارتباطية بين دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت لدى معلمي وزارة التربية والتعليم ومحاوِر الدورات التدريبية المتخصصة المتمثلة في (مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي، التعامل مع المعلومات، التحقق الإخباري، التعامل مع الصور)

الجدول (9): معامل الارتباط بيرسون لمعرفة وجود علاقة ارتباطية بين دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت لدى معلمي وزارة التربية والتعليم ومحاوِر الدورات التدريبية المتخصصة.

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط r	مستوى الدلالة	الاتجاه	القوة
مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي				
دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت لدى معلمي وزارة التربية والتعليم	0.691**	دالة 0.03	طردي	متوسطة
مهارات التعامل مع المعلومات الرقمية				
التحقق الإخباري	0.857	دالة 0.01	طردي	قوي
التعامل مع الصور				
التحقق الإخباري	0.274	دالة 0.037	طردي	ضعيفة
التعامل مع الصور				
التحقق الإخباري	0.201*	دالة	طردي	ضعيفة

أظهر استخدام معامل الارتباط بيرسون لمعرفة وجود علاقة ارتباطية بين دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت لدى معلمي وزارة التربية والتعليم ومحاور الدورات التدريبية المتخصصة المتمثلة في (مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي، التعامل مع المعلومات، التحقق الإخباري، التعامل مع الصور)، وجود علاقة ارتباطية إيجابية طردية قوية بين دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت، لدى معلمي وزارة التربية والتعليم، ودورها في تعزيز مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي لديهم، حيثُ بلغت قيمة معامل الارتباط ($r=0.691$) عند مستوى الدلالة (0.03)، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى (0.05)، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زاد دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت لدى معلمي وزارة التربية والتعليم، زاد دورها في تعزيز مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي لديهم. وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية طردية قوية بين دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت، لدى معلمي وزارة التربية والتعليم، ودورها في تنمية مهارات التعامل مع المعلومات الرقمية، حيثُ بلغت قيمة معامل الارتباط ($r=0.857$) عند مستوى الدلالة (0.01)، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى (0.05)، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زاد دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت لدى معلمي وزارة التربية والتعليم، زاد دورها في تنمية مهارات التعامل مع المعلومات الرقمية لديهم.

وأظهر نتائج الاختبار وجود علاقة ارتباطية إيجابية طردية ضعيفة بين دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت، لدى معلمي وزارة التربية والتعليم، ودورها في تنمية مهارات التعامل مع المعلومات الإخباري، حيثُ بلغت قيمة معامل

الارتباط ($r=0.274$) عند مستوى الدلالة (0.037)، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى (0.05)، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زاد دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت لدى معلمي وزارة التربية والتعليم، زاد دورها في تنمية مهارات التحقق الإخباري. وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية طردية ضعيفة بين دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت، لدى معلمي وزارة التربية والتعليم، ودورها في تنمية مهارات مهارات التحقق الإخباري، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($r=0.201$) عند مستوى الدلالة (0.00)، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى (0.05)، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زاد دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع الإنترنت لدى معلمي وزارة التربية والتعليم، زاد دورها في تنمية مهارات التعامل مع الصور.

خلاصة نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى:

- (1) وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في التعامل مع المعلومات الرقمية، خاصة في مجال "التمييز بين مصادر المعلومات الرقمية"، و"تعزيز مهارة تقييم مصداقية وموثوقية المعلومات الرقمية"، و"الإلمام بأخلاقيات استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومشاركة المحتوى الرقمي".
- (2) وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في التعامل مع المحتوى الرقمي، مثل "الإلمام بمهارات التفاعل الآمن مع المحتوى الرقمي"، و"معرفة أخلاقيات وتشريعات نشر المحتوى الرقمي"، و"القدرة على التحقق من مصدر المعلومات".

- (3) وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في تعزيز مهارات المبحوثين في التحقق الإخباري، أهمها "القدرة على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة"، و"تعلم كيفية التحقق من مصداقية المعلومات الرقمية"، و"فهم المخاطر المحتملة للتلاعب بالمعلومات والأخبار".
- (4) وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في التعامل مع الصور، مثل "القدرة على تحليل الصور بشكل نقدي"، و"فهم دوافع استخدام الصور في الإعلانات"، و"القدرة على فحص الصورة لفهم الرسالة المنقولة والرموز المستخدمة فيها".
- (5) وجود درجة مرتفعة من الموافقة، نحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المبحوثين في التعامل مع الإنترنت، أبرزها أنها "تساعد في التحقق من مصداقية المعلومات على الإنترنت"، و"تطوير مهارات البحث عبر الإنترنت"، و"المعرفة بالجرائم الإلكترونية".

توصيات الدراسة:

استنتجت الدراسة وجود فاعلية ملحوظة لدورات التربية الإعلامية في تعزيز مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي في الأردن. وعليه يوصي الباحث أنه يُمكن تعزيز هذه الفاعلية من خلال اعتماد توصيات محددة، تستهدف تحسين تصميم هذه الدورات وتقديمها، من خلال الآتي:

أولاً: توصيات لتعزيز فاعلية دورات التربية الإعلامية:

1. تطوير المحتوى:

- تحسين مكونات الدورات لتشمل مهارات تحليل البيانات، والتعامل مع المعلومات الرقمية بشكل أكبر.

- تعزيز مواضيع مهارات تحرير الصور، وتطوير مهارات الحماية الرقمية عند استخدام الإنترنت.

2. تكامل مع المناهج الدراسية:

- دمج المهارات المكتسبة من دورات التربية الإعلامية في المناهج الدراسية اليومية للطلبة.

- تشجيع المعلمين على استخدام الأساليب والأدوات التي اكتسبوها في تصميم دروسهم.

3. توفير دورات تخصصية:

- عقد دورات تخصصية تركز على مهارات تحليل الصور، والتحقق من صحة المعلومات.

- تقديم دورات مستمرة للمعلمين في مراحل التعليم العليا لتطوير مهاراتهم.

4. تعزيز المشاركة والتحفيز:

- تشجيع المعلمين على المشاركة في دورات التربية الإعلامية قبل البدء في مهامهم.

- تقديم حوافز لتعزيز المشاركة المستمرة والتحسين المهني.

5. تعزيز الأدوار:

- تعزيز دور معهد الإعلام الأردني في تنفيذ تدريبات التربية الإعلامية والمعلوماتية المتخصصة.

- تعاون المؤسسات المعنية كافة مع معهد الإعلام الأردني، لنشر ثقافة التربية الإعلامية.

ثانياً: نقاط للبحث المستقبلي:

- استكشاف العوامل التي تؤثر في فاعلية الدورات، بناءً على تفاوتات العوامل الديموغرافية.

- توجيه البحث نحو فهم تأثير دورات التربية الإعلامية على التحول الرقمي في المجتمع.

- دراسة أثر تكامل مهارات التعامل مع الإنترنت في تحسين التفكير النقدي ومهارات التحقق الإخباري.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

بدور، صهيب يوسف محمد (2022). العلاقة بين التربية الإعلامية وترسيخ قيم المواطنة في ضوء النظرية السلوكية (دراسة مسحية على طلبة الجامعات الأردنية)، رسالة ماجستير غير منشور (الأردن: جامعة اليرموك).

البرصان، إلهام أحمد سليم. (2019). (إدراك مدرسي المرحلة الثانوية في الأردن لمفهوم ومبادئ التربية الإعلامية دراسة مسحية، Doctoral dissertation) جامعة الشرق الاوسط.

الربابعة، عبيدة علي محمد، (2022). دور التربية الإعلامية في التوعية من خطر الشائعات لدى الشباب الأردني. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (80) 2022، 1883-1899.

رمضان، علياء عبدالفتاح، (2019). اتجاهات طلاب المرحلة الثانوية نحو الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطبيق مهارات التربية الإعلامية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 391-451، (17)2019.

عبداللاوي، فائزة دهيمي. (2021). اتجاهات أساتذة الإعلام نحو دور التربية الإعلامية في الحد من الاضطراب المعلوماتي لدى مستخدمي المنصات الاجتماعية (Doctoral dissertation، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية).

عرفات، متولي. (2018). العلاقة بين دراسة طلاب الإعلام لمقرر التربية الإعلامية وسلوكهم الواعي في تعاملهم مع وسائل الإعلام. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، 195-270، (14)2018.

فخر الدين، أريج محمد، (2022). دور التربية الإعلامية في الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 249-293، (80)2022.

محمد، منى سمير محمد. (2022). إدراك طلاب الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وعلاقته بانتقاء المحتوى الرقمي لديهم. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 3، 21، 475-505.

المومني، ديما سميح. (2021). دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب في المجتمع الأردني. (أطروحة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

وكال، بلال. (2018). الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري، (Doctoral dissertation، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة محمد بوضياف بالمسيلة).

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

Ahmad, A. K. M. (2022). The Impact of the Use of Social Networking Platforms on the Jordanian Voters in the Nineteenth Jordanian Parliamentary Elections during the Emerging Pandemic of the Coronavirus (COVID-19). *Zarqa Journal for Research and Studies in Humanities*, 22(2), 333-350.

<https://doi.org/10.12816/0061218>

Ahmad, A. K., AL-Jalabneh, A. A., Mahmoud, A., & Safori, A. (2022, March). Covid-19 and the Resurgence of the Hypodermic Needle Theory Applicability in Times of Crises. In *International Conference on Business and Technology* (pp. 1423-1436). Cham: Springer International Publishing.

https://doi.org/10.1007/978-3-031-08954-1_124

Alzyoud, S., Ahmad, A. K., Makharesh, A., Alabed Alrahman, A., Safori, A. (2023). The Concept of “New Media” among Jordanian News Producers. *Journal of Digital Media & Policy*, online first, https://doi.org/10.1386/jdmp_00128_1

Anderson, A. R. (2019). Teaching Critical Reading: Media Literacy in the High School Classroom.

<https://scholarcommons.sc.edu/etd/5192/>

- Aufderheide, P. (2018). Media literacy: From a report of the national leadership conference on media literacy. In *Media Literacy Around the World* (pp. 79-86). *Routledge*.
- Gill, John (2016). 'When only Digital Delivery Will Do.' *Times Higher Education*.
- Hatamleh, I. H. M., Safori, A. O., Ahmad, A. K., & Al-Etoum, N. M. D. I. (2023). Exploring the Interplay of Cultural Restraint: The Relationship between Social Media Motivation and Subjective Happiness. *Social Sciences*, 12(4), 228. <https://doi.org/10.3390/socsci12040228>
- Mahmoud, A., Ahmad, A. K., Safori, A., Eid, Y. N. A., & Al Tawalbeh, A. (2023). The Effect of Television and Electronic Advertisements on The Mental Image of Women Among A Group of Female Media Professionals. *Studies in Media and Communication*, 11(3), 31-46. <https://doi.org/10.11114/smc.v11i3.5981>
- Maksl, A., Ashley, S., & Craft, S. (2015). Measuring news media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 6(3), 29-45.
- Papaioannou, T. (2015). Assessing Digital Media Literacy among Youth through Their Use of Social Networking Sites, *Journal of Media Studies*, 6 (18), P.38.

Potter, W. J. (2004). Theory of media literacy: A cognitive approach. Sage Publications.

Reem, M. (2022). The impact of media and information literacy on students' acquisition of the skills needed to detect fake news. Journal of Media literacy education, 14(2), 58-71.

Savage, A. (2018). The Impact of A Media Literacy Curriculum On Middle School Students' Ability To Recognize Racial Bias In Mass Media. <https://scholarcommons.sc.edu/etd/4830/>

اسهام موقع الفايسبوك في تشكيل الوعي بضرورة سلمية الحراك الشعبي
الجزائري 2019/02/22

Facebook's contribution to shaping awareness of the need for peaceful Algerian popular movement 22/02/2019

A field study on a sample of students of the University Algiers3

د. فتيحة بـارك¹، د. نـجاة بن صالح²

1 جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف (الجزائر)، f.barek@univ-chlef.dz

² جامعة لونيـسي علي- البليدة2 (الجزائر)، n.bensalah@univ-blida2.dz

تاريخ الاستلام: 2024/03../09.. تاريخ القبول: 2024/03../25.. تاريخ النشر: 2024/03../30

ملخص:

إن الظروف التي تعيشها الجزائر اليوم بخروج الشعب إلى الشارع للمطالبة بتغيير النظام تجعل منها قضية هامة في المجتمع الجزائري هذا التحرك الشعبي الهائل الذي اتسم بالسلمية والتنظيم المحكم ما أبهر الجزائريين أنفسهم كما أبهر العالم بأسره، ولم يكن هذا من فراغ بل يظهر جليا دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسوك) في لَمّ شمل الجزائريين وتوحيدهم على كلمة سواء وهي حتمية تغيير نظام دام عشرون سنة خاصة وأن أوضاع البلاد الاقتصادية والاجتماعية تتردى من يوم إلى من سيئ إلى أسوء.

إن مواقع التواصل الاجتماعي ومن خلال خلقها جوا اتصاليا معتمدة في ذلك على تكنولوجيات الإعلام والاتصال أسهمت وبشكل كبير في خلق فضاء للحوار الجاد وتبادل الآراء بين مختلف شرائح الشعب وخاصة التركيز على ضرورة سلميته، بعيدا

عن العنف بأنواعه اللفظي والمادي والذي غالبا ما يحبط كل المشاريع السياسية الطموحة ويودي بالوطن والمواطن إلى ما لا تحمد عقباه، وهذا ما حدث في العديد من الحركات الشعبية في الوطن العربي منذ سنوات، وعليه جاءت دراستنا هاته لتوضح مما لا يدع مجالا للشك مدى اسهام موقع الفايسبوك في تشكيل الوعي بضرورة السلمية في الحراك الشعبي ليوم 2019/02/22 إذ يعتبر بداية حقيقية لحراك شعبي امتد لعدة أسابيع وبقي محافظا على سلميته التي نفتخر بها كجزائريين، وجاءت هذه الدراسة الميدانية بالتطبيق على عينة من طلبة جامعة الجزائر3 الذين خرجوا في المسيرات (يوم الجمعة) مع باقي أطراف الشعب بصفهم طلبة في باقي أيام الأسبوع (الثلاثاء) وهذا ما يفسر سلميتهم التي رسّخها تواصلهم عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: الحراك الشعبي، الوعي بضرورة السلمية، مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).

Abstract:

The conditions that Algeria is living today with the people's departure to the streets to demand a change of regime make it an important issue in Algerian society. This is a massive popular movement that was characterized by peacefulness and tight organization, which impressed the Algerians themselves as it dazzled the entire world. Social networking sites (Facebook) in the reunification of Algerians and unite on a common word, the inevitability of change for a system of twenty years, especially as the country's economic and social conditions deteriorate from bad to worse.

The social networking sites and the creation of a communicative atmosphere based on information and

communication technologies have contributed greatly to creating a space for serious dialogue and exchange of views among different segments of the population, especially the emphasis on the need for peace, without verbal and physical violence which often frustrates all ambitious political projects, And the homeland and the citizen to the unspeakable consequences.

This is what has happened in many popular movements in the Arab world for years. Therefore, this study is a clear indication of the extent to which the Facebook site contributed to the formation of awareness of the need for peaceful popular movement on 22/02/2019. For several weeks he remained a conservative of Salmeeth, which we are proud of as Algerians. This field study was conducted on a sample of students from Algeria University

They went out on parades (Friday) with the rest of the people, and went out as students in the rest of the week (Tuesday), which explains their peace established by the continuation of social networking sites.

Keywords: popular mobility, awareness of peaceful necessity, networking sites (Facebook).

مقدمة:

إن الحراك الشعبي الذي تشهده الجزائر منذ أشهر لا يختلف اثنان على أنه جاء نتيجة لسوء الأوضاع المعيشية التي يحياها المواطن الجزائري وعلى كل الاصعدة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، هذه الأوضاع السيئة التي أخرجت فيما سبق الأساتذة والأطباء ومنتقاعدي الجيش إلى الشارع، كل فئة على حده لتعبر عن سخطها على ظروف العمل وتدني المستوي المعيشي والفساد المتفشى في كل القطاعات وهذا ما تعانيه فئات الشعب الجزائري على اختلافها، وهذه الأوضاع ليست إلا نتيجة السياسة غير الرشيدة التي تُسَيِّر بها الدولة.

إن الوضع القائم استدعى التحرك للتغيير تغيير النظام لتستقيم الأمور فهبّ الشعب الجزائري بكل اطيافه هبة تلقائية يوم 22 فيفري 2019 للمطالبة بالتغيير السلمي للسلطة دون استعمال العنف الذي اكتوى بناره الجزائريون تسعينات القرن الماضي ولزالت آثاره الوخيمة تخيم لحد الساعة على الأسر الجزائرية التي مازالت تبحث عن مفقوديهها هذا دون الحديث عن الموتى الذين عدّوا بالآلاف.

هذا العنف الذي هدّد الدولة الجزائرية في وجودها وأوصلها إلى مشارف الإنهيار كان لقاحا فعالا حتى لا يُصاب الجزائريون بنفس المرض مرة أخرى، هذا العنف الذي قرّر الجزائريون عدم العودة اليه أبدا وتحت أي ظرف فكان الشعار الغالب على الحراك ومظاهراته (سلمية، سلمية) قالها الشيوخ والشباب والنساء والأطفال وتوالت أيام الجمعة التي خرج فيها الشعب في حراكه عبر كل ربوع الوطن، ورغم مخاوف البعض وتحذيراتهم من مخاوف الإنزلاق نحو العنف إلا أن السلمية كانت الغالبة فأصبحت طبعا تطبع به المتظاهرون وتمسكوا به حتى صار ثقافة الجزائريين في حراكهم الشعبي أشاد بها العلم أجمع.

1/الجانب المنهجي للدراسة:

اشكالية الدراسة:

ساهمت تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تبادل سريع ومكثف للمعلومات حيث أصبح التعامل معها من مستخدميها في مختلف القضايا المعاصرة المتعلقة بالمجتمع، حيث توازى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الفيسبوك (الفيسبوك) مع ظهور مجتمعات شبكية يتواصل مستخدموها لتبادل المعلومات حول قضايا تهمهم جميعا، ولأن هذه المجتمعات الشبكية هي في الأساس مجتمع واقعي يعيش الحياة بواقعها المؤلم خاصة في المجتمعات العربية ومنها المجتمع الجزائري

الذي عانى من تدهور الأوضاع الاقتصادية وكذا غياب الحريات وعدم التداول على السلطة وعليه جاءت دراستنا لتجيب عن الاشكالية التالية:

هل لموقع شبكة الفايسبوك دور مهم في نشر ثقافة السلمية بين المتظاهرين في الحراك الشعبي في الجزائر؟

ومن خلال الاشكالية المطروحة انبثقت التساؤلات التالية:

1- ماهي الخصائص التي تميز مواقع التواصل الاجتماعي وبشكل خاص موقع (الفايسبوك) خاصة في ربط العلاقات بين مستخدميها حتى اتفقوا على ضرورة سلمية الحراك؟

2- هل كان الحراك لينجح ويستمر لولا نشاط مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في نشر التوعية بأهمية تجنب العنف بكل اشكاله والحفاظ على السلمية؟

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة في أنها دراسة تساير وضعاً مستجداً في الجزائر (الحراك الشعبي منذ 22 فيفري 2019) والذي مازال مستمرا إلى يومنا هذا، هذا الوضع الذي يستوجب الدراسة التحليلية ورصد ايجابياته لتعزيزها وسلبياته لتجنبها على اعتبار أن الحراك الشعبي من أهم القضايا المعاصرة في المجتمع الجزائري وعلاقته القوية بالوسائط الجديدة للإعلام والاتصال وخاصة موقع (الفايسبوك).

أهداف الدراسة:

إن الأهداف التي نودّ الوصول إليها من خلال هذا البحث المصغر في قضية الحراك الشعبي في الجزائر هي كالتالي:

- معرفة مدى اسهام موقع شبكة الفايسبوك في نشر الوعي بضرورة السلمية في الحراك الشعبي في الجزائر.
- ابراز دور الفايسبوك في لمّ شمل الجزائريين وتجميعهم حول مطالب موحدة والمطالبة بها بسلمية وحضارية.
- معرفة كيفية استغلال الشباب الجزائري (الجامعيين) للفايسبوك لتوعية بعضهم البعض بنقل الصور الحضارية الراقية عن الحراك من الساحات العامة على المباشر للتأثير في أوساط المجتمع لحشد الجماهير ودعم الحراك.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتهي هاته الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعمل على شرح وتفسير الأحداث والمواقف المختلفة لظاهرة معين، ظاهرة تمثل قضية هامة في المجتمع، وهذا بغرض تحليل ما يحدث وتفسير الأسباب والعوامل المؤثرة في هذه الظاهرة "وهذا بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة تسهم في حل المشكلات وإزالة المعوقات والغموض الذي يكتنف بعض هذه الظواهر من أجل استحداث أفكار ونماذج سلوك جديدة" (الطائي، أبوبكر، 2007، ص 95).

يعرف موريس أنجرس (Angers Maurice) المنهج بأنه طريقة تصور وتنظيم البحث أما في اللغة الفرنسية فإن كلمة منهج هي: Méthode التي تعبر عن الخطوات الفكرية المنظمة والعقلانية الهادفة إلى بلوغ نتيجة ما (Larousse de 1996, P419), والمنهج في اللغة العربية مصطلح: مرادف لكلمتي النهج والمنهاج (الفيروز آبادي، 1301هـ، ص 210)، وينص المنهج على كيفية تصور وتخطيط العمل حول دراسة ما إنه يتدخل بطريقة أكثر أو أقل إلحاح في كل مراحل البحث حيث يقوم على اقتراحات تم التفكير فيها ومراجعتها جيدا والتي تسمح له بتنفيذ خطوات عمله بصفة

صارمة بمساعدة الأدوات والوسائل التي تضمن له النجاح" (موريس أنجرس، 1996، ص 130).

وعليه فقد تم الاعتماد على منهج المسح الميداني الذي يستخدم في بحوث الإعلام والاتصال فهو المنهج الذي يمكننا من وصف الخصائص الأساسية لمجتمع البحث من خلال تعميم نتائج العينة عليه ويعرفه الباحث دوقان عبيدات: بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها (أحمد بن مرسللي، 2005، ص 201).

مجتمع الدراسة وعينتها:

تعد فئة الشباب الأكثر استخداما لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع (الفايسبوك) خاصة الجامعيين منهم وهم أيضا أكثر فئات الشعب مشاركة في الحراك الشعبي، ولأن دراستنا تهدف إلى معرفة كيف ساهمت هذه المواقع في نشر الوعي بضرورة سلمية الحراك بين المتظاهرين فقد تم الاعتماد في دراستنا على عينة قصدية من طلبة جامعة الجزائر3 والتي قدر ب: 40 مفردة، وتعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة مثل العينة الغرضية أو العينة العمدية أو العينة النمطية وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث من خلالها بإختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال للصدفة فيها بل يقوم هو شخصيا بإقتناء المفردات الممثلة لمجتمع البحث أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة (أحمد بن مرسللي، 2005، ص 184)، حيث تم اختيار العينة بصفة غير اعتباطية بل استند إلى مجموعة من الخصائص التي تتلاءم وأغراض الدراسة وتتيح تحقيق أهدافها، إذ راعينا أن تكون كل المفردات من المستخدمين الدائمين للفايسبوك ومن المشاركين

في الحراك، ولا بد من الإشارة إلى أنه ورغم صغر حجم العينة إلا أنها تفي بغرض تمثيل مجتمع البحث على اعتبار أنه مجتمع متجانس من حيث السن والمستوي الدراسي وحتى توجهاتهم السياسية.

أدوات الدراسة:

"إن أدوات البحث العلمي هي تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث لجمع البيانات والمعلومات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر" (زيان عمر، 2001، ص 281) والأداة المناسبة أكثر لدراستنا هي الاستمارة والتي تعرف بأنها "أسلوب لجمع البيانات من خلال سؤال المبحوثين بطريقة منهجية مقننة لنقدم آراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من قبل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات (محمد منير حجاب، 2004، ص 46)، حيث تعد أداة الاستبيان من أهم أدوات البحث العلمي والدراسة العلمية وهي أداة الإستبانة أو الإستبيان ويعرف الإستبيان في الأوساط البحثية العلمية تحت أسماء عديدة مثل: الإستقصاء، الإستفتاء، الإستبار وكلها تفيد الترجمة الواحدة Questionnaire أو Sondage في اللغة الفرنسية (أحمد بن مرسل، 2005، ص 220).

مجالات الدراسة:

يعتبر مجال الدراسة ضرورة في البناء المنهجي في البحث العلمي لتأطير الدراسة مكانا وزمانا:

المجال المكاني: مدينة الجزائر العاصمة (جامعة الجزائر3).

المجال الزمني: الوقت الذي استغرقته الدراسة من 12 أفريل إلى 12 ماي 2019 بما في ذلك توزيع الاستمارات والوصول إلى النتائج.

2/ الجانب النظري للدراسة:

مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك):

هي المواقع الالكترونية على الأنترنت يستخدمها المستخدمون للاتصال فيما بينهم وعرفها حسين شفيق بأنها "مواقع تجمع البشر الذين تجمعهم اهتمامات وتخصصات معينة ويُتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور والتبادل الفوري للملفات، وقد سميت هذه الشبكات بالاجتماعية لأنها تتيح التواصل وتقوي الروابط بين اعضائها (حسين شفيق، 2011، ص 181)، وعلى تعدد مواقع التواصل الاجتماعي واختلافها في بعض الخصائص (انستغرام، تويتر، يوتيوب... الخ) فقد ظل موقع الفاييسبوك أهم موقع للتواصل من حيث استخدامه من طرف الشباب الجزائري عموما وفي فترة الحراك الشعبي على وجه الخصوص وقد عرفه قاموس الإعلام والاتصال بأنه "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات وقد وضع في البداية لخدمة طلبة الجامعة وهيئة التدريس وسرعان ما انتشر ليشمل كافة الأفراد ويحقق نجاحا كبيرا حتى أصبح اليوم من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها استخداما" (danessi.p17)، "الفايسبوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فايسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة يمكن لمستخدميه الانضمام إلى هذه الشبكات من أجل الاتصال بالآخرين والتواصل معهم" (فضل لله وائل، 2010، ص 13).

ويعتبر موقع "الفايسبوك" أحد أكبر مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشارا عبر العالم والذي ساعد بشكل كبير على ربط الناس ببعضهم البعض على اختلاف جنسياتهم وانتماءاتهم وأماكن تواجدهم و"الفايسبوك" موقع ملك "شركة الفاييسبوك المساهمة العامة" حيث يستخدم لأغراض متعددة اجتماعية، سياسية، وترفيهية... كما يستعمل لأغراض تجارية وإشهارية (الدعاية والإعلان)، فالفايسبوك من

أشهر الشبكات الإجتماعية التي حققت شعبية كبيرة بين الناس في جميع أنحاء العالم وبالرغم من بدايته في (2004) كموقع صغير لجمع أصدقاء الجامعة والدراسة بجامعة "هارفارد" بالولايات المتحدة الأمريكية والذي كان محصور الإستخدام في نطاق الجامعة فقط ليصبح بعدها أكبر موقع يجمع أكبر عدد من المستخدمين عبر كل دول العالم, حيث يعتبر موقع " الفايسبوك " واحدا من أهم مواقع التشبيك الإجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء (عباس مصطفى صادق, 2008, ص 218).

الحراك الشعبي:

لقد ارتبط مفهوم الحراك الشعبي في المخيال الشعبي العربي عموما والجزائري خصوصا بمفهوم التغيير أي التحول الديمقراطي وإصلاح الشأن العام فالحراك معناه ضد الركود وترك الأوضاع على حالها إنما التحرك لتغييره وعليه فإن المفهوم الإجرائي للحراك الشعبي هو الآتي:

الحراك يتمثل في مجموعة الاعتصامات والتظاهرات والإضرابات والاحتجاجات التي تشهدها الجزائر انطلاقا من 22 فيفري 2019، هذا الحراك المستمر لعدة أسابيع وقد خصص له الشعب يوم الجمعة للخروج في كافة ربوع الوطن لمطالبة بالتغيير في أعلى هرم السلطة وتغيير النظام ورؤوسه بشكل كامل, هذا التغيير الذي يهدف من وراءه المتظاهرون إلى الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي لتحسين ظروف الحياة اليومية ومحاربة الفساد للتمتع بالحياة الكريمة في كنف الحرية والكرامة الانسانية.

إن الحراك الشعبي يعد شكلا من أشكال التعبير الاجتماعي والذي يفرض دون شك ميكانيزما جديدا للعلاقة القائمة مابين مكونات المجتمع الواحد (حكاما

ومحكومين)، فالحراك الشعبي هو في حقيقة الأمر ثورة ضد الأوضاع السيئة القائمة ثورة سلمية بالنظر إلى ما حدث من حراك شعبي في الجزائر، حيث قسم أرسطو الثورات إلى نوعين: نوع يؤدي إلى تغيير الدستور القائم فينتقل من نظام إلى نظام آخر، ونوع يغير الحكام في إطار بنية النظام القائم (Aristotle,2000,p22).

فالحراك الشعبي في الجزائر يدخل في النوع الثاني من الثورات السلمية ويقتضي هذا منا الاهتمام بثقافة سادت المجتمع الجزائري (ثقافة التغيير في ضوء الحراك الشعبي) وتعتبر الحاجة إلى الإصلاح أحد الأسباب في قيام الحراك الشعبي في الجزائر، الإصلاح بمعنى محاربة الفساد والمفسدين وتوفير بيئة صحية تساهم في انتشار معاني الديمقراطية والحرية والعدالة الاجتماعية "لأن التغيير في معنى الإصلاح أو في حدوده هو الذي أصبح مقصودا ضمنا وصراحة في الحديث عن التغيير أو في الدعوة إليه (لبيب، 2005، ص 163).

الوعي بضرورة السلمية:

إن السلمية التي نقصدها في دراستنا هي سيرورة الاعتصامات والاحتجاجات في الساحات العامة في جو من الهدوء وعدم اللجوء إلى العنف والاكتفاء باستعمال كل الطرق السلمية المعروفة لإيصال المطالب التي يريد المتظاهرون تحقيقها، من خلال رفع اللافتات وترديد الشعارات... الخ، هذه السلمية التي حرص المتظاهرون على أن تكون الشعار الأساس للحراك الشعبي في الجزائر (سلمية، سلمية) وأصروا على الاستمرارية في الأخذ بالسلمية مهما كانت الاستفزازات من طرف السلطة من خلال تدخل وحدات الأمن، والمقصود بالسلمية في دراستنا هو ذلك الوعي الذي اتسم به المتظاهرون المعبر عن ضرورة أن يكونوا سلميين في هذا لحراك الشعي لضمان استمراريته وبلوغ أهدافه المبتغاة وخاصة تجنب الصدام والصراع مع الأجهزة الأمنية من طرف المتظاهرين وكذلك تجنب الصدام بين مختلف فئات الشغب

خاصة فيما يتعلق بالانتماء العرقي (العرب الأمازيغ) الذي غالبا ما يحاول من لا يريدون الخير للجزائر اللعب على هذا الوتر الحساس ليثيروا الفتنة وينشروا العنف في أوساط المتظاهرين والذي سيؤدي حتما إلى القضاء على الحراك، إن الوعي بضرورة السلمية الذي أظهره المتظاهرون كان عاملا أساسيا لاستمرارية الحراك ونجاحه في لمّ شمل الجزائريين حول نفس المطالب.

3/ الجانب التطبيقي للدراسة:

الجدول الأول: تخوّف المتظاهرين من غياب السلمية في أول مسيرة في الحراك الشعبي

2019/02/22

النسبة المئوية	التكرار	التخوف من غياب السلمية
80%	32	نعم
20%	8	لا
100%	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الأول أن أغلبية المبحوثين كانوا متخوفين من غياب السلمية في اليوم الأول من الحراك الشعبي يوم 22 فيفري 2019 هذه الأغلبية بلغت نسبتها 80% وهي نسبة كبيرة جدا، ويمكننا ارجاع أسباب هذا التخوف أساسا إلى التخويف الممنهج من وسائل الإعلام المختلفة من أن تكون نتائج أي تحرك من طرف المواطنين عودة إلى العنف والمواجهات والصراعات بين المواطنين ومصالح الأمن وبين المواطنين أنفسهم على اختلاف توجهاتهم هذا التخويف صدر عن الشخصيات السياسية في الوطن، هذا التخويف الذي كان هدفه توقيف حماس

المواطنين للتظاهر من أجل التغيير، وقد بلغت نسبة المبحوثين الذين آمنوا بقدرة المواطن الجزائري على تنظيم المسيرات دون أن تسيّر الأمور نحو العنف وذلك بالمحافظة على السلمية، ولو أن نسبة هؤلاء قليلة بلغت 20% فقط، هؤلاء ورغم قلتهم إلا أنهم كانوا مؤثرين جدا في تنظيم الحراك ونشر السلمية بين المتظاهرين.

الجدول الثاني: توقع المبحوثين انزلاق الاوضاع نحو العنف كرد فعل على تضيق مصالح الأمن

النسبة المئوية	التكرار	تضيق مصالح الأمن سبب عنف المتظاهرين
95%	38	نعم
5%	2	لا
100%	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الثاني أن الغالبية العظمى من المبحوثين وبنسبة قُدرت ب: 95% ترجع سبب لجوء المتظاهرين إلى العنف لاقدر الله إلى الممارسات الخاطئة لمصالح الأمن خاصة تلك التي تستفز مشاعر المتظاهرين وتحدّ من حريتهم في الحركة لبلوغ مختلف الساحات التي يرغب المتظاهرين في التواجد بها لإبراز مطالبهم والمناداة بها، وقد تبين من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين ركزوا على تعامل مصالح الأمن مع الحراك كأساس تُبنى عليه ردود افعال المتظاهرين، وعليه يتضح لنا من خلال الميدان ومتابعة اللافتات المرفوعة والشعارات المتداولة في الحراك محاولة المتظاهرين ربط علاقة احترام متبادل ما بين أجهزة الامن والمتظاهرين (نحي الكاسكيطا وأرواح معانا) (الجيش الشعب خاوة خاوة) ونلاحظ أن سلمية الحراك ترتكز أساسا على حسن تعامل الأجهزة الامنية مع المتظاهرين وهذا ما أضاف عمقا واستمرارية في سلمية الحراك، بينما نسبة قليلة من المبحوثين والتي

بلغت 5% فقط اعتبرت أن سلمية الحراك نابغة من قناعات المتظاهرين بضرورتها بغض النظر عن استفزازهم أو دفعهم نحو العنف.

الجدول الثالث: تأثر المبحوثين بمنشورات الفاييبوك التي حثت على سلمية الحراك

النسبة المئوية	التكرار	تأثر المبحوثين بمنشورات الفاييبوك حول سلمية الحراك
100%	40	نعم
0%	0	لا
100%	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الثالث أن كل المبحوثين وبنسبة 100% تأثروا بالمنشورات الفاييبوكية التي تحث على سلمية الحراك ونرجع هذه النتيجة إلى اهتمام المتظاهرين بهذه المنشورات جاء بناء على تخوفهم من الانزلاق نحو العنف الذي ذاقوا ويلاتة تسعينات القرن الماضي، وبناء على قناعة راسخة فيهم تؤكد على ضرورة سلمية الحراك الشعبي ليضمنوا استمرارته حتى يصلوا إلى تحقيق المطالب المرفوعة، دون أن نغفل أن المنشورات في الفاييبوك التي تحث على الحفاظ على سلمية الحراك يرسلها أحد المتظاهرين ويستقبل المنشورات في الوقت نفسه ولهذا تأثير كبير في الاقناع فالمرسل والمتلقي من عموم الشعب ومن المتظاهرين أنفسهم، ونرى أن مساهمة ما يُنشر على الفاييبوك في تأثر المبحوثين او المتظاهرين بما ينشر خاصة فيما يتعلق بالحث على ضرورة بقاء الحراك الشعبي سلميا إلى نهايته بتحقيق أهدافه المنشودة.

الجدول الرابع: أهم التوصيات التي أثّرت على صفحات الفايسبوك فيما يخص الحراك

النسبة المئوية	التكرار	أهم التوصيات
10%	4	نبذ التفرقة
85%	34	ضرورة السلمية
5%	2	ضرورة التنظيم
100%	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الرابع أن المنشورات الفايسبوكية المتعلقة بالحراك ركزت على تنبيه المتظاهرين وتوجيههم إلى بعض السلوكات التي تخدم الحراك الشعبي في نيل مقاصده كتكثيف النصائح الخاصة بنبذ التفرقة والمحافظة على الوحدة بين أبناء الجزائر، حيث بلغت نسبة الاهتمام بهذه التوصيات الخاصة بنبذ التفرقة 10% لأن المتظاهرين كانوا في مواجهة عنيفة مع بعض الانتهازين الذين أرادوا الاصطياد في المياه العكرة لزرع الفتنة بين أبناء الوطن على خلفية الانتماء العرقي (قبايلي عربي) فكانت اللافتات في الحراك تؤكد تأثر المتظاهرين بهذه التوصيات (قبايلي عربي خاوة خاوة) (كلنا أبناء الجزائر) بينما بلغت التوصية الخاصة بضرورة السلمية نسبة عالية قُدرت ب: 85% لأن معظم المنشورات الفايسبوكية تطالب بالحفاظ على السلمية ونبذ العنف وشهد الحراك شعارا كان الغالب في كل جماعاته (سلمية سلمية) فيما بقيت التوصية بضرورة التنظيم الجيد للحراك في آخر الاهتمامات بنسبة قدرت ب: 5%، ولا تدل هذه النتيجة بأي حال من الأحوال على عدم أهمية تنظيم الحراك إنما جاءت بسبب الاهتمام الأكبر بالمحافظة على سلمية الحراك

للاستمرارية، بينما التنظيم يمكن استدراك تجاوزه من جمعة إلى أخرى وظهر هذا جليا من خلال بعض المنشورات الداعية إلى تفادي استعمال آلة الفوفوزيلا في المسيرات لأنها شوّشت على أصوات المتظاهرين الصادحة في الساحات العامة، وفعلا تم تجنب استعمالها في الجمعيات التي تلتها وعلى تبقى التوصية بالحفاظ على السلمية هي الغالبة دائما لأهميتها.

الجدول الخامس: نظرة المبحوثين للسلمية كمقوم أساسي لاستمرارية الحراك

النسبة المئوية	التكرار	ضرورة السلمية لاستمرار الحراك
100%	40	نعم
0%	0	لا
100%	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الخامس أن كل المبحوثين ودون استثناء أجابوا بضرورة السلمية لاستمرار الحراك لأنهم واعون كل الوعي بمآلات العنف ونتائجه الوخيمة على الوطن (الممتلكات العامة) وعلى المتظاهرين (تجنب الخسائر في الأرواح والممتلكات الخاصة) وعلى الوطن ككل، العنف الذي قد يدخل البلاد في نفق مظلم يصعب الخروج منه لذا فكل المبحوثين أكدوا على أهمية وضرورة أن يكون المتظاهرين سلميين مع بعضهم البعض رغم الاختلافات في الأيديولوجيات والأفكار وهذا باحترام الآخر رغم اختلافه، ومع الجهات الأمنية حتى يتجنب المتظاهرون الدخول في مواجهات عنيفة مع أعوان الشرطة وتسهيل الظروف لهم لأداء واجبهم المهني دون المساس بكرامة المواطن وحقوقه الدستورية طبعاً وهذا ما شهدته الحراك

في أغلب أيامه ماعدا بعض التجاوزات المتفرقة هنا وهناك من الجانبين، لكنها لم تؤثر سلبا على سيرورة الحراك لأنها ووجهت من طرف الخيبرين من نشطاء الحراك لوقفها في حينها حتى لا تأخذ منحى تصاعديا خطرا، فقد أشاد الأعداء قبل الأصدقاء وفي مختلف وسائل الإعلام الدولية بحضارية الحراك الشعبي في الجزائر ورقبه.

الجدول السادس: أهم الطرق لتوعية المتظاهرين بضرورة السلمية عبر الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	طرق اخرى للتوعية بالسلمية
%90	36	لا توجد
%10	4	غير فعالة بقدر فعالية الفيسبوك
%100	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السادس أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين أشاروا إلى أن الفيسبوك كان الوسيلة الأنجع في نشر ثقافة السلمية بين المتظاهرين بنسبة بلغت 90% ولم تكن النسبة مفاجئة على الإطلاق لأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت اليوم وبدون منازع أفضل الوسائط لإيصال الرسائل إلى جمهور عريض خاصة موقع الفيسبوك الموقع الأكثر استخداما عند الجزائريين، فتكنولوجيا الإعلام والاتصال المتمثلة في الوسائط الجديدة عبر الفيسبوك تتيح التواصل بأقل تكلفة وبأسرع وقت، وبالخصوص خاصية المجموعات الفيسبوكية التي كان لها الأثر البالغ في توحيد المتظاهرين وتوافقهم وهذا ما أشار إليه بعض المبحوثين الذين أكدوا بأنه ورغم وجود وسائل للتواصل ونشر الوعي بضرورة السلمية (الهاتف، الاتصال الشخصي، الاتصال الجمعي في الجامعات والملاعب

.....الخ) إلا أنها ليست على قدر من الفعالية المطلوبة كالفيسبوك، حيث أشار 10% من المبحوثين الى هذه الوسائل مع تحديد فعاليتها.

النتائج العامة للدراسة:

- اتضح من خلال الدراسة أن المبحوثين كعينة ممثلة لشباب الجزائري المشارك في الحراك الشعبي اتسم بالوعي بضرورة السلمية والذي كان موجودا لدى كل المبحوثين وعليه فإن المتظاهرين في الحراك الشعبي في الجزائر واعون جدا بأهمية السلمية في حراكهم.
- أسفرت نتائج الدراسة على أن أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك بوتيرة دائمة خاصة منذ بداية الحراك الشعبي، ومنه يتضح أن كل أفكار المتظاهرين حول الحراك تُستمد أساسا مما يُنشر في الفيسبوك وكذا من خلال تبادل التعليقات للتعبير عن الرأي والنقاش في كل ما يخص الحراك الشعبي كل أسبوع.
- أثبتت الدراسة أنه ورغم اختلاف المواضيع التي يطرحها المستخدمون في منشوراتهم التي اهتمت بضرورة الوحدة ونبذ التفرقة والتركيز على مطالب محددة للحراك الشعبي وأولها تغيير النظام ومحاربة الفساد، إلا أن الموضوع الذي أخذ النصيب الأكبر من اهتمام المتظاهرين هو ضرورة نبذ العنف بشتى أنواعه والحفاظ على سلمية الحراك.
- اتضح من خلال الدراسة أن دور مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع (الفيسبوك) كان كبيرا في نشر ثقافة السلم وتوعية المتظاهرين بالزامية تجنب العنف والتحلي بالسلمية حتى يستمر الحراك، كما اتضح وبشدة أنه لم يكن أبدا للمتظاهرين رغبة في استعمال العنف فكل كان في قرارة نفسه يريد وبكل السبل أن يكون الحراك سلميا خاليا من كل مظاهر العنف، وقد

يكون هذا بسبب النتائج الوخيمة التي وقعت على الشعب الجزائري في العشرية السوداء والتي كانت كتطعيم فعّال ضد الجنوح نحو العنف تحت أي سبب كان وما كانت مواقع التواصل الاجتماعي إلا تدعيما لهذا الاقتناع حتى يرسخ في أذهان وعقول المتظاهرين من الطفل إلى الشيخ الكبير.

• أثبتت الدراسة أن لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وخاصة وسائط التواصل الجديدة دورا حاسما في تسهيل الاتصال بين أفراد الشعب الواحد، وتحول الفضاء الافتراضي إلى فضاء عمومي بامتياز يطرح عبره المستخدمون انشغالاتهم وآرائهم حول قضايا الساعة التي تهم الجميع للوصول إلى رأي عام مبني على النقاش والنقد الموضوعي وهذا للخروج من الأزمات التي تواجه وحدة الوطن وأمنه، إن التكنولوجيات الجديدة للاتصال لا يمكن اغفال دورها الهام في القضايا المعاصرة التي تمس الأمة ككل ولا يمكننا أن نفصل الاتصال الإلكتروني (الفايسبوك) عن قضايا الرأي العام.

خاتمة:

لقد أصبح التفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا موقع (الفايسبوك) خاصة عندما يتعلق الأمر بقضية تهم الصالح العام (استقرار الوطن) أو فيما يتعلق بانشغالات المواطنين العامة، أصبح التفاعل من خلال المنشورات وما يتبعها من تفاعلات (تعليقات وردود عنها) يشكل فضاء عموميا بامتياز يدعونا إلى ترقيته ونقده نقدا بناء حتى نزيل عنه كل ما يقف أمامه من تجاوزات وانتهاكات لأخلاق التحاور والنقاش، ليصبح بالفعل فضاء يمكننا الاعتماد عليه لحشد جمهور المستخدمين (المواطنين) نحو رؤية موحدة لمشروع أمة نعمل جميعا لإنجاحه، وهذا من خلال بناء فعال لمفهوم الاستخدامات الاجتماعية الناجعة في هذا الفضاء للتعامل بأكثر تنظيم واحترافية مع مختلف القضايا المعاصرة في المجتمع الجزائري.

قائمة المراجع:

1/ المراجع باللغة العربية:

- 1- الفيروز أبادي، القاموس المحيط، الجزء الأول، 1301 هـ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر.
- 2- أحمد بن مرسل، 2005، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 3- مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، 2007، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار الوفاء، الاسكندرية، مصر.
- 4- محمد زيان عمر، 2003، البحث العلمي مناهجه وتقنياته، الطبعة الأولى، دار الشروق، بيروت، لبنان.
- 5- محمد منير حجاب، 2004، المعجم الإعلامي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- 6- حسين شفيق، 2011، الاعلام الجديد والاعلام البديل، الطبعة الأولى، دار الفكر للطباعة والنشر، القاهرة، مصر.
- 7- موريس أنجرس، 1996، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة، الجزائر.
- 8- فضل الله وائل مبارك خضر، 2010، أثر الفايبيوك على المجتمع، الطبعة الأولى، مكتبة الكتب، القاهرة، مصر.
- 9- لبيب الطاهر، 2005، المهوض العربي ومواكبة العصر، الطبعة الأولى، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان.
- 10- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، 2008، دار الشروق، عمان، الأردن.

- 1- Aristotle ;politics2000translated by Benjaminwith introctuction analysis.
- 2- Larousse: Larousse de Poche,1996 , Dictionnaire Noms Communes, Noms Propre, Précis de grammaire, Larousse Paris, France
- 3- Marcel Danesi ; dictionnaire of media end communication M-E-S Network.

الإنتقال القيمي اللاواعي (UVT) : مسعى نظري إستكشافي
The Unconscious Value Transition: An Exploratory
Theoretical Endeavor

عادل شهب*

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

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

ملخص: يعتبر الإنتقال القيمي اللاواعي *The Unconscious Value Transition* مقترحاً نظرياً جديداً 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 مجتمعية معينة، غالباً 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.

مقدمة:

المعروف عبر التاريخ الاجتماعي والثقافي للمجتمعات أن عملية الإنتقال القيمي فيها يكون تدريجياً وعقلانياً من أجل الوصول إلى استبدال قيم بأخرى، إذا أنه لا تحدث القطيعة

* المؤلف المرسل: عادل شهب

مع القيم القديمة في أي مجتمع بصورة مفاجئة (Brutal Rupture) فهي تبقى مستمرة من جيل إلى آخر ولو بصورة شكلية بعد أن تحل محلها قيم جديدة في إطار عملية التغيير الاجتماعي والثقافي للمجتمعات.

غير أن الانتقال القيمي اللاوعي لبعض الفئات المجتمعية (أفراد أو جماعات)* في العصر الرقمي، لا تحتفظ بهذه الصورة ولو الشكلية منها لعملية انتقال القيم في السابق أو قديما، كما أن انتقال القيم لديها لم يمر بمرحلة وعملية استبدال القيم بالطريقة التي يتم فيها الانتقال 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 عَرَفَ ولا خَبَرَ قيم الأجيال السابقة (دون تجربتها واختبارها)، 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 الافتراضية 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 الافتراضية 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 الاجتماعية نظرا لجهلها بأدوارها ووظائفها*، أو نظرا لضعفها وفقدانها لسلطتها الاجتماعية، الثقافية وحتى 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

* هنا وجب أن نشير إلى أن هذه المحاولة النظرية تركز في تطبيقها الأولى على فئة الأطفال والشباب المراهقين ممن يفتقدون إلى قدوة اجتماعية تقليدية في محيطهم أو بيئتهم الاجتماعية الواقعية، وغياها في بيئتهم الافتراضية التي تمثل حياتهم الجديدة، على أن يتم تعميمها على بقية الفئات المجتمعية الأخرى.

* عملية الانتقال القيمي قديما كانت تمر بالمرحلت الثلاث لعملية الانتقال، وهي مراحل واعية: أي أن الأفراد في عملية استبدالهم للقيم القديمة بالجديدة تكون عملية واعية تخضع للتجريب والاختبار، ومن ثم التعديل والتكيف وأخيرا الاستبدال والاستعاب للقيم الجديدة.

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

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

* 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 الديني-ثقافية.

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.

أولاً: 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: **Unconscious Thought Theory of**

نظرية الفكر اللاواعي، التي اقترحها ألبرت جان ديكسترهويس ولوران نوردرجرين *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:

1-1-1-1- 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 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

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

عندما لا يهتم الأفراد بشكل فعال بالمعلومات المقدمة من هذه المصادر (Garrison, 2017) لأن 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 بالانتقال 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 والتحييزات المعرفية في عملية الانتقال 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 دائماً بالاحتكام إلى عمليات العقل الواعي.

1-1-5- التعلم الضمني وتحولات القيم: يمكن أن يلعب التعلم الضمني، وهو عملية تحدث بدون نية واعية مسبقاً، دوراً في انتقالات القيم (Kihlstrom, 1987). وبهذا تقر UVTT بأن الأفراد يمكن أن يتعلموا ضمناً قيماً 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 فهماً 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 ماكيفر Maclver Robert، روبرت ميرتون R. Merton، إرفينج جوفمان E. Goffman، هيربرت ميد، H. Mead، وروبرت ترنر 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 الأدوار التي تؤديها النماذج عبر الوسائط الإعلامية الجديدة على أنظمة القيم والمعتقدات وتشكيل الهويات اللاواعية في UVTT. 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.

2-2-1 التعريف والمحاكاة*: تؤكد نظرية الدور على أن الأفراد يتعرفون ويحاكون السلوكيات والقيم التي تظهر من خلال قدوتهم. تؤدي عملية التعريف هذه إلى استيعاب بعض القيم والمواقف والمعتقدات (Goode, 1960). نظرًا لأن الأفراد يتعرضون لقدوتهم

* - 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 (The lan-Laplanche, J. and Pontalis, J.) (1973), The Hogarth PressB. (guage of psychoanalysis).
- 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 (santas AZimmerman B. J., & Kit) (2002). Journal of Acquiring writing revision and self-regulatory skill through observation and emulation. (6663.94.4.660-0022/10.1037.668-660Educational Psychology, 94,
- على سبيل المثال، إذا كان الشخص يتعاطف مع أحد المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي الذي يروج للمثلية الجنسية ويحاكي دون وعي خيارات أسلوب حياته المعيرة عن المثلية الجنسية، فقد يؤدي ذلك إلى تحول في القيم التي تبني فيها الفرد تدريجيًا التزامًا أقوى بالتحول نحو المثلية الجنسية.

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 قداوتهم 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 التربي اللاوعي 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 وقداوت يحتذى بها خارج الدوائر الاجتماعية المباشرة (Ritzer, 2007). ونظرًا لأن محتوى الوسائط يعرض نماذج وقداوت 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.

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

تقدم نظرية الحتمية القيمية 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 القدرات التقليدية فردية أو جماعية كانت في الواقع الفعلي لاتباعهم*، وهي قادرة على توجيه تفسير الأوضاع التي يعيشها متابعيهم بشكل كبير، ما يؤثر على قراراتهم وخياراتهم القيمية والمعتقدية. كما تدرك UVTT أنه غالباً ما تقدم التعاليم الدينية قواعد أخلاقية تحدد ما يعتبره المتابعين صواباً أو خطأً، جيداً أو سيئاً. لذلك، يمكن لهذه المبادئ والقيم التوجيهية التي يتضمنها محتوى الشخصيات المؤثرة عبر الوسائط الإعلامية الجديدة أن توجه بشكل أساسي تصرفات المتابعين وتحدد ردات أفعالهم وقراراتهم اتجاه 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 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 اقترحه VDT، فهو يشمل كلاً من القيم العالمية والقيم الخاصة بالسياقات المجتمعية الفرعية المرتبط أساساً بالعناصر الثقافية والدينية، الراسخة في شعور الإنسان ولاشعوره*، بالإضافة إلى القيم الواردة عبر وسائل

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

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

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

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 بالتحويلات 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 أبداً، بل هي أكثر من مجرد أداة تواصلية، بل هي أداة لنقل القيم* جنباً إلى جنب مع وظيفتها التواصلية. بالإضافة إلى أبعادها الثقافية والحضارية المتجسدة، تشير قيمة اللغة إلى القواعد النحوية التي شكلت اللغة وأعطتها رمزية قيمة عبر التاريخ، والتي من دونها يتم إضعاف اللغة حضارياً* 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 على الأفراد بصورة لاواعية على بنية العقل اللاواعي للأفراد، المرتبط أساساً بالعوامل المرتكزة على الحب، الإعجاب، الشعور بالانتماء، التقليد... الخ. وهذا 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 لمعجبهم ومتابعيهم 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

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

* لها القدرة على صناعة الأيديولوجيات القيمية، من خلال عملية نقلها للرموز والمعاني في بنيتها القيمية، بالإضافة على قدرتها على تشكيل أو إعادة تشكيل القيم والمعتقدات للأفراد 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)، بالإضافة إلى اللغة المشفرة (Cod Switching) بين مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي. وجب الإشارة هنا إلى أن هذه البدائل تحمل رموزاً ومعاني تساهم في إضعاف اللغة الفعلية للتواصل والمتداولة بين الأفراد من جيل لآخر، وهي تشكل عنصراً مهماً من هوية كل مجتمع.

* متابعيهم ومعجبهم من الأطفال المراهقين والشباب بصفة خاصة.

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.

4-1- 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 كابتكار: 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 الحدثة المتصورة للفكرة بالنسبة للفرد رد فعله عليها. فكلما بدت الفكرة جديدة على الفرد، فم في نظره ابتكار (Rogers, 1983, p. 11). وعلى هذا الأساس 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 الاجتماعية 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) ، يمكن تطبيق هذا المفهوم على الأفراد الأكثر رفضاً للقيم والأفكار القديمة التي طرحها القدوات والنماذج الاجتماعية التقليدية، ولكنهم أكثر تقبلاً للقيم والأفكار الجديدة المقدمة من طرف النماذج والقدوات البديلة التي طرحها 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 ومعجبهم.

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 المعروف أن تسهل نقل القيم والمعتقدات الجديدة . كما يمكن أن تؤثر هذه القنوات الاتصالية الجديدة على انتقالات القيم اللاواعية من خلال تعريف الأفراد لوجهات نظر وأفكار متنوعة غير التي هي متداولة في الواقع الفعلي لمجتمع الانتماء.

4-4-1- 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.

4-4-1- 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، يمكن تقديم فهم أفضل لكيفية انتشار القيم والمعتقدات الجديدة والتأثير على انتقالات القيم اللاواعية داخل النظام الاجتماعي.

5-1- 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 لتحويلات قيمة غير واعية استجابة للتعرض لمحتوى القدوات الجديدة عبر وسائط الإعلام الجديدة. ويتم دمج نظرية التنافر المعرفي في العناصر الاتية:

* 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.

1-5-1- 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 باستبدال ودون مراجعة* واعية قيمهم السابقة لتتماشى مع معلومات القيم الجديدة التي يطرحها محتوى وسائط الإعلام الجديدة، وبالتالي حل التنافر المعرفي وتحقيق نظام قيمي عائدي أكثر اتساقاً.

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 وصانعي المحتوى وغير من الشخصيات عبر مختلف وسائط الإعلام الجديدة، يؤدي إلى تغييرات في مواقف الأفراد القيمية والسلوكية، للتكيف وتلائم 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 دوراً في تشكيل أنظمة القيم الجديدة، لا سيما في الاستجابة لتأثير وسائط الإعلام الجديدة ونمذجة الأدوار التي يقدمها المؤثرون وصانعو المحتوى.

* لأن عملية المراجعة تتم بصورة لاواعية؛ العواطف، الميول، التحيز... وغيرها من عوامل المراجعة اللاواعية.
* 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 (الفيديوهات، الانستغرام، التويتر..).

6-1- 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 قيمة غير واعية استجابة للتغيرات المجتمعية وتأثيرات محتوى الوسائط الإعلامية الجديدة، إستناداً 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 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 سبباً في عملية إتخاذ قرار تبني قيم جديدة، تشعرهم بالراحة النفسية والتقليل من الضغوط التي يعيشونها.

1-6-3- الإنتقال كعملية وليس حدثاً عارضاً: يسلط نموذج الإنتقالات الضوء على أن الإنتقال عملية وليست حدثاً لمرة واحدة (McGill, 2002). في المقابل ترى UVTT أن انتقالات القيم اللاواعية قد تكون حدثاً عارضاً وتحدث بصورة فجائية ولمرة واحدة أو أكثر

* تم إستبعاد منطقة المحايدة (مرحلة الإستكشافات) لأنها تمثل مرحلة تخضع لعملية عقلية واعية ترتبط في الأساس بعملية التعديل والمراجعة. كما تجدر الإشارة 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 مطلوباً) ، خيبة الأمل (إدراك أن بعض الأشياء لم تعد منطقية) ، فك الهوية (إعادة تقييم هوية المرء) والارتباك (شعور غامض بفقدان الاتصال مع الواقع).

من مرة، كما يمكن أن تحدث تدريجيًا بمرور الوقت، وذلك يتوقف على الفرد وإستعداداته النفسية والعاطفية لعملية التحول والانتقال في القيم، بالإضافة 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 للأفراد.

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 مثلًا 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 لويليام بريدجز في UVTT ، يمكن اكتساب رؤى حول الجوانب النفسية والعاطفية لتحولات القيمة اللاواعية. وتعزز الإطار النظري لـ UVTT وتوفير وجهات نظر قيمة حول كيفية تنقل الأفراد في القيم والمعتقدات، لا سيما في الاستجابة للتأثيرات الإعلامية والمجتمعية.

* 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 الواقعية مثلًا تراجع خطاب القدوة الاجتماعية التقليدية في مواجهة بعض القيم الدخيلة على المجتمع، كضعف الخطاب الديني مثلًا أمام الموجات الدينية الحديثة.

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



ثانياً: المفاهيم الأساسية لنظرية الإنتقال القيمي اللاوعي: تركز نظرية UVT على مجموعة من المفاهيم الأساسية التي تساهم في فهم وتفسير عملية الإنتقال القيمي اللاوعي وهي:

1-2- مفهوم العقل اللاوعي: The Unconscious Mind

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

1-1-2-1- استخدامات 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 انتقال الأفراد من القيم والمعتقدات السابقة إلى الجديدة منها دون وعي منهم . فيما يلي بعض الاستخدامات الرئيسية للمفهوم في UVTT :

1-1-1-2- الرغبات المكبوتة والمخاوف والصراعات: يرى فرويد **Freud** أن العقل اللاواعي يحتوي على الرغبات المكبوتة والمخاوف والصراعات التي لم يتم حلها على مستوى العقل الواعي، بالإضافة إلى عناصر خفية أخرى تؤثر على السلوك والشخصية (Traylor, 2022). UVTT في (2022)، 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 وسائل 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 والتحييزات 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 بالانتقال القيمي اللاواعي.

3-1-1-2- 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 لوسائل الإعلام الجديدة والتعرض للمعلومات في محتوى القدوة الجديدة.

4-1-1-2- المعالجة اللاواعية وأساليب الإقناع الرقمية: توفر الوسائل 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 اللاوعي متعدد الأبعاد وقد تم استكشافه من وجهات نظر نظرية مختلفة في علم النفس والعلوم المعرفية.

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

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

* الرسائل اللاشعورية هي منبهات 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 الانتقال دون غيره من المصطلحات، على غرار (التغير، التغيير، التحول). إن المبرر لاستخدام هذا المصطلح بالذات هو من أجل الإشارة إلى ان الافراد والجماعات في عصر البيئة الرقمية غير ثابتون على قيم ومعتقدات معينة يتبنونها لفترة زمنية طويلة كما يحدث التنبني 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 الانتقال 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، بالإضافة إلى أنها تشير إلى الدرجة التي يُعتبر فيها الشيء جيداً مقابل سيئاً (Schwartz, 1987). وهي غالباً ما تنبع من مصادر ثقافية أو اجتماعية أو دينية أو شخصية وتلعب دوراً مهماً في تشكيل هوية الفرد ونظرتة للعالم وللآخرين. بالإضافة إلى أن القيم تميل إلى أن تكون عامة وليست محددة، وتتجاوز أنواعاً معينة من الإجراءات والمواقف.

كما تمثل مجموع المعايير المكتسبة التي تهيئنا للتصرف كما نفع، 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 مثلاً تعتبر كمعيار تقييبي عام، يتم استخدامه لتقييم سلوكيات معينة في مواقف محددة. أو مثلاً إعتبار القيم كمعتقدات، يتم استخدامه حول كل ما يعتبر جيداً، على 'إعتبارها على أنها احتمالات 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 ومعايير الأخلاقية لتغيير تدريجي أو مفاجئ، غالباً 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 مدفوعاً بالتعرض لأفكار جديدة ووجهات نظر متنوعة وتغيير الأعراف الاجتماعية والنمو الشخصي.

بهذا يعد مفهوم الإنتقال القيمي مفهوماً معقداً 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 "مثل" بدل "القيم" للإشارة إلى الأنماط الثقافية للسلوك أو الاستجابات التنظيمية للتحديات البيئية، والتي يمكن اعتبارها رمزاً 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 الانتقال 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 لوسائل الإعلام الجديدة، والتفاعل مع القدوة الجديدة، والأشكال البديلة للتنشئة الاجتماعية.

4-2-2-4- 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 كالآتي:

2-4-2-1- استكشاف التغيير اللاواعي: تدرك UVTT أن القيم يمكن أن تخضع لانتقالات على المستويين الواعي واللاواعي (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.

2-4-2-2- 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 وسائل الإعلام الرقمية الجديدة. من خلال فهم هذه التأثيرات، يوفر UVTT رؤى حول ديناميكيات كيفية تشكيل القيم والإنتقال فيها.

2-4-2-3- 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.

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

5-4-2-2- 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 انتقال القيم الإيجابية 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 الانتقال القيمي.

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

3-2- 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.

1-3-2- استخدامات مفهوم المعتقد في UVTT :

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

2-1-3-1- المعتقد كأساس لبناء القيم : تشكل المعتقدات اللبنة 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 للأفراد، هنا تشير UVTT إلى أن عملية التغيير أو الانتقال في القيم ستكون عرضية وتبقى كذلك إلى أن يجد الأفراد معتقدا يثبتون عليه.

2-1-3-2- تأثير رسائل الوسائط الإعلامية الجديدة على المعتقدات : تعترف UVTT بمساهمة محتوى الوسائط الإعلامية الجديدة، بما في ذلك الأخبار، التعليم، الترفيه، الألعاب... 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 يتضمنه من رسائل ثقافية، عقائدية تزيد من خلق التنافر المعرفي والادراكي وحتى العاطفي للأفراد مع ما يدركونها في واقعهم، وهذا قد يدفعهم إلى تبني واستيعاب كل هذه الرسائل بما تحمله من قيم جديدة وبصورة لاواعية*.

2-1-3-3- 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 والتحييزات المعرفية، على كيفية استيعاب الأفراد وتبنيهم للقيم والمعتقدات الجديدة.

2-1-3-4- 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 تقرر UVTT أن التعرض للوسائط الإعلامية الجديدة و التأثير 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.

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 ل UVTT ويوفر وجهات نظر قيمة حول دور المعتقدات في تشكيل أنظمة القيم ، لا سيما في سياق تأثير وسائل الإعلام ونمذجة الأدوار.

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

4-2- 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 الإيمان بها، بينما تقدم النماذج السلبية أمثلة على ما لا يجب فعله من سلوكيات 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 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

* هناك اختلاف بين القدوة التقليدية والقدوة الجديدة عبر وسائط الإعلام الجديدة؛ الأولى تمتاز بصفة الحضور المكاني والزمني، في حين الثانية مجردة في حضورها من الزمان والمكان. بالإضافة إلى أن الأولى تمتلك صفة الرقابة والتوجيه والارشاد الفعلي لكونها هي من تحضر وتؤدي فعل الرقابة، في حين الثانية لا تمتلك هذه الصفة لأن الأفراد هم من يستحضرونها وبالتالي لا تمتلك صفة الرقابة. في الأخير الأولى تمتلك صفة الثواب والعقاب، أما الثانية فلا.

التواصل الاجتماعي، أكثر سيولة* . وفي هذا السياق يمكن للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي ومدوني الفيديو مثلًا أن يبرزوا بسرعة (الانتشار بسرعة)، كما يمكن أن يكون تأثيرهم عابرًا بنفس القدر الذي يبرز به. وهذا 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 جزءاً 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 (Mattiuzzi, 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 وطبيّة. ذلك لأن 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 والتوقعات المجتمعية (Mattiuzzi, 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.

* وهذا 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 مقبولاً اجتماعياً وثقافياً لدى القدوة التقليدية في ظل تعايشها وتقبلها مع الوسائط التكنولوجية الجديدة ومحتواها. وهذا يمكن القول بإنسحاب وتراجع القدوة التقليدية بسبب مرونتها أمام انتشار القدوة الحديثة بسبب سيولتها.

- التأثير الزائل للقدوة الحديثة السائلة: غالبًا ما يكون لنماذج القدوة السائلة في العصر الرقمي تأثير سريع الزوال، يمكن أن ترتفع شعبيتها وتلاشى 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 استخدام مفهوم الانتقال 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 الانتقال من نظام قيمي لآخر.

- الهويات المجزأة للقدوة الحديثة السائلة: تؤكد حدائنة 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 لمتابعها، ما يولد لها شعور بالنفور منها والانتقال كل مرة من قدوة إلى أخرى بحثا عن هوية ملائمة لهم، أو السعي إلى نظام قيمي واعتقادي مركب.

2-4-1- استخدامات مفهوم القدوة/ النموذج في UVTT : 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 في UVTT كالتالي:

2-4-1-1- تحديد الهوية والتقليد: يمكن أن تؤثر نماذج الأدوار على الانتقال القيمي اللاواعي من خلال عملية التحديد الهوية والتعرف على الشخصية التي يعتقدون أنها يمكن

* هنا وجب الإشارة إلى أن هذه الشخصيات المؤثرة الجديدة لا تمتلك صفات القدوة الاجتماعية التقليدية، فهي في الغالب منها من لا تحظى 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 من أشد من يدافع عنها. مثلا الام حين تسعى دائما إلى ايجاد مبررات لبعض القيم التي يتبناها ابناءها بقولها (جيلهم يفعل كذا، ويتبنى كذا). مثل آخر: التسامح والتساهل في طاعة الصغير للكبير واحترام الكبير للصغير.

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 شهماً 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.

2-1-4-2- 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 انتقالاً في القيم من القديمة إلى الجديدة منها. ومن المهم الإشارة في UVTT أن تأثير نماذج الأدوار على إنتقال القيم يمكن أن يكون إيجابياً أو سلبياً. بحيث يمكن للنماذج الإيجابية أن تلهم الأفراد لتبني القيم والسلوكيات الإيجابية، بينما النماذج السلبية يمكن أن تقود الأفراد إلى القيم السلبية.

2-3-1-4-2- أدوار القدوات كمحفزات للانتقال القيمي: يمكن أن تعمل الأدوار 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 وإحسانهم وتمظهراتهم الجسدية والسلوكية) أن تدفع الأفراد إلى الرضا أو تقبل بصورة كلية أو جزئية 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).

2-4-1-4-2- التأثير على الهوية الاجتماعية: تدرك UVTT أن الشخصيات والقدوات الجديدة يمكن أن تؤثر ليس فقط على القيم الفردية ولكن أيضاً على قيم الهويات الاجتماعية، التي تشكل القيم والمعتقدات جزءاً كبيراً في تحديدها (5 - 4 - Galan, 2019). وبهذا تقرر UVTT أن أغلب الشخصيات المؤثرة الجديدة في الحقيقة هي شخصيات تنتهي إلى

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

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

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 إنتماءهم.

2-4-1-5- التأثير على إختيار واستهلاك 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 قيمة غير واعية ، حيث يجذب الأفراد إلى استخدام الوسائط الإعلامية التي يلقي 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 قوتهم أو التي تعكس اهتمامات وقيم قوتهم.

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.

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

* اختيار الوسائط الإعلامية يخضع لاستخدامات المؤثرين لهذه الوسائط، على سبيل المثال نجد الشباب كثيرا ما يميلون إلى استخدام التيك توك Tik Tok، نظرا لأن أغلب المؤثرين من أقرانهم الشباب يميلون إلى استخدام هذه الوسيلة، بالإضافة إلى أنها ناحية المحتوى نجدته محتوى في غالبه مقدم أو معروض لفئة الشباب دون غيرهم من الفئات العمرية الأخرى على ندرتها. يمكن إسقاط نفس المثال على الاطفال الذين يميلون إلى إستخدام اليوتوب Youtube أكثر من الوسائط الإعلامية الأخر.

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 أمثلتها مواقع الإنترنت، كمبيوتر الوسائط المتعددة، ألعاب الكمبيوتر، الأقراص المدمجة وأقراص الفيديو الرقمية. وسائط الإعلام الجديدة لا تشمل البرامج التلفزيونية، الأفلام الروائية، المجالات، 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 UVTT أن التعرض للمعتقدات وللقيم خاصة منها المختلفة من خلال المحتوى الرقمي الذي تطرحه الشخصيات المؤثرة عبر مختلف وسائط الإعلام الجديدة، يمكن أن يؤثر على إنتقالات القيم اللاواعية للأفراد خاصة من ناحية محدداً رؤى تطلعاتهم وتوقعاتهم حول حياتهم الواقعية.

2-5-1-2- محتوى الاقران في الدوائر الاجتماعية الرقمية : تقرر 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 إنتقالات قيمية غير واعية من خلال التفاعلات والنقاشات التي

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

تحدث حول وجهات نظر متنوعة وغير معلومة المصدر ، التي تحدث داخل هذه الدوائر الاجتماعية الرقمية والتي تحكمها قواعد تنظيمية تعتبر بمثابة نظامها القيمي و المعتقدى الذي يمثل 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* آلية مدرجة في وسائط الإعلام الجديدة. حيث يمكن أن تؤدي هذه الأخيرة 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.

2-3-1-5-2- 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 الانتقال القيمي اللاواعي، من خلال تبني أنظمة قيم ومعتقدات جديدة.

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

3-1-1-1- 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 الافتراض:

3-1-1-1- التنشئة البشرية التقليدية المباشرة: في المجتمعات والبيئات التقليدية، تلعب 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.

3-1-1-2- الوسائط الإعلامية الجديدة والتنشئة غير المباشرة (البديلة): سمحت منصات الوسائط الاجتماعية والمجتمعات الافتراضية عبر الإنترنت وخدمات البث والمحتوى الرقمي بالتواصل الاجتماعي غير المباشر للأفراد، 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.

3-1-1-3- 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.

3-1-1-4- 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.

3-1-1-5- التأثير على الهوية والانتماء: يمكن أن يؤثر الانتقال 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 لأعضائها.

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

3-2- 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 آخر 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 يمثلون 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 الاجتماعية التقليدية في الحياة الواقعية، خاصة بالنسبة للأفراد الذين يفتقرون إلى القدوة الإيجابية في محيطهم المباشر. وفي ظل غياب النموذج أو القدوة الاجتماعية التقليدية، يلجأ هؤلاء الأفراد إلى مصادر بديلة مختلفة لجعلها قدوة وطموحهم، بحيث تلعب هذه

* وتشمل القدوات مثل: الأم، الأب، الأخ الأكبر، 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 للأفراد.

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

* انطلاقا من الأب والام وصولا إلى الجار، المعلم،...، الامام... الخ. هذا طبعاً اذا استثنينا الخطابات القيمة المتطرفة دينية كانت او سياسية، إثنية، ثقافية... الخ.

المصادر دورًا مهمًا في تشكيل أو إعادة تشكيل القيم أثناء عملية انتقال القيبي اللاوعي. وهي تشمل القضايا الأساسية الآتية:

3-1-2-1- 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 أدوارًا تتركز في مجملها على نشر أنماط حياتهم بما فيها القيم والمعتقدات التي يؤمنون بها، والتي يمكن أن يستوعبها أتباعهم بدافع الإعجاب، الحب... الخ، ما يفترض انتقالاً في قيمهم، معتقداتهم وسلوكياتهم من القديمة والتي يتبنوها وتتبنها بيئتهم الفعلية*، إلى تبني الجديدة منها والتي تؤمن بها قداوتهم الجديدة.

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

3-1-2-3- 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 مثل وقيم معينة، تدعو بطريقة غير مباشرة إلى تبنيها. ترى UVTT أن الأفراد ممن يعيشون هذه الشخصيات يتبنون وبدون وعي وبدافع الحب والإعجاب والزعة إلى التقليد القيم التي تتبنها 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

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

* عملية التبني والاستعاب قد تكون حدثاً عرضياً قابلاً 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 الحدتي او العرضي القابل للتغيير في فترات زمنية قصيرة.

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

فرد* ، وهو متعدد الأوجه والتعقيدات في تأثيره على أنظمة القيم والمعتقدات والانتقال فيها.

3-3- الافتراض 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، وتجارب 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 المعتقدى الروحي والمادي الذي يتنازعه ويتصارعه هذا جيل الشباب المرتبط بالبيئة الرقمية ومنتجاتها 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 يمثل لأي معتقد ديني، ثقافي او اجتماعي ثابت ومستقر. جيل من الشباب في غالبه غير متشعب 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 التظاهرات المعرفية للمواقف، الآراء، الأحكام والتقييمات التي يحملها الأفراد عن أنفسهم وعن الآخرين وعن العالم الذي من حولهم. وعليه يلعب المعتقد دورًا مهمًا في تشكيل وإعادة تشكيل السلوكيات وتوجيه عملية صنع القرارات الاجتماعية، الثقافية، السياسية وغيرها، بالإضافة 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 الافتراض، وهي كالتالي:

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

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

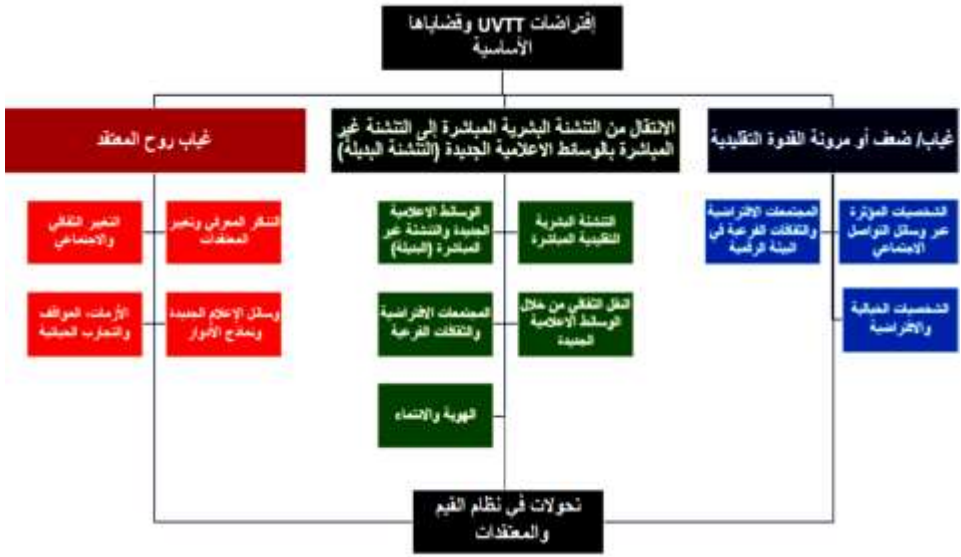
3-3-1-2- التغيير الثقافي والاجتماعي: يمكن للتغيرات المجتمعية والثقافية خاصة منها المرتبطة بالتطورات التكنولوجية، أن تؤدي إلى تحولات في نظام القيم والمعتقدات. فقد تكون هذه التغيرات مدفوعة بالتعرض لأفكار جديدة من خلال محتوى وسائط الإعلام الرقمية، أو بالتقاطعات مع الثقافات المتنوعة التي تمثلها الشبكات الاجتماعية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

3-3-1-3- دور وسائل الإعلام ونماذج الأدوار: يمكن لوسائط الإعلام الرقمية ونماذجها وقدراتها 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 تبنيها واستيعابها جزئيًا أو كليًا 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 الانتقال وعدم اليقين، مما يؤدي إلى تغييرات في المعتقدات وأنظمة القيم.

مخطط توضيحي للإفراضات الأساسية لنظرية الانتقال 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 التي طرحها 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 الأخير، يمكن للمفترح النظري "الانتقال القيمي اللاواعي، UVT" أن يساهم 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 والأكاديميين لطرح المزيد من البحث والتطوير في هذا المقترح
 النظري، على أمل أن تساهم دراساتهم النظرية وبحوثهم العملية في تعزيز فهمنا لظاهرة
 الانتقال القيمي اللاواعي، بغعتها 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/13NikHoN>.
- 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/10.1002/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/5430Aevu546>).
- 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://philosophy.com/UPLOADS/PHILOSOCIOLOGY.ir Blackwell %20Encyclopedia%20of%20Sociology George%20Ritzer.pdf](http://philosophy.com/UPLOADS/PHILOSOCIOLOGY.ir%20Blackwell%20Encyclopedia%20of%20Sociology%20George%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.rochester.edu/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=e106>

6e1810652f1810695cdf1810616eec1810658b1810658b1810788ed1810653
b1810615b1814939.

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 والاتصالية, (44), 190-105 <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/280/104/104/8003>.

التحقيق الصحفي ومتطلبات تحريره

Press investigation and editorial requirements

فلة مكيري¹

جامعة البليدة 2 (الجزائر)، mekfella@gmail.com¹

تاريخ الاستلام: 2024/03/19 تاريخ القبول: 2024/03/25 تاريخ النشر: 2024/03/30

ملخص:

يعتبر التحقيق الصحفي من أهم الأنواع الصحفية، وأصعبها ولا ينطلق التحقيق من لا شيء وإنما ينطلق من مبادئ تنظمه، فهنوع أساسه البحث عن الحقائق، بطريقة عميقة، لا تتوقف عند نقطة تحصيل المعلومات، وإنما تتعداها إلى البحث عما يوجد وراءها فهو نوع لا يكتف بمعرفة مكان وزمان وقوع الحدث ومعرفة تفاصيله أو توقع نتائجه وإنما يصبو لمعرفة أسباب حدوثه والجهات المستفيدة من حدوثه، ولمعرفة هذا النوع أكثر خصيناه بالدراسة في ورقتنا البحثية.

كلمات مفتاحية: التحقيق الصحفي، التحرير الصحفي.

Abstract:

The press investigation is one of the most important and difficult types of journalism, and the investigation does not start from nothing but from the principles regulated by it. It's a kind of essentially fact-seeking, in a profound way, that doesn't stop at the point of collecting information. It is a kind that not only

knows the place and time of the event, knows the details of the event or expects its results, but also seeks to know the reasons for the event and the beneficiaries of the event.

Keywords: Investigative journalism, Journalistic editing.

* المؤلف المرسل: مكيري فلة

1. مقدمة

تتعدد الأنواع الصحفية لتستجيب لجملة من المتغيرات المحددة لاستعمالها، والمتعلقة بتنوع الواقع وتعبده، وبالجمهور الذي توجه إليه والوسيلة الإعلامية المستخدمة لتقديمه إضافة إلى تنوع الحاجات الإعلامية لدى الفرد والمجتمع، فلكل نوع صحفي أسلوبه، وطريقة عرضه، وهذا ليس أمرا ظاهريا، أو لغويا، وإنما مرتبط أساسا بالتركيب البنيوي للنوع الصحفي، وبموضوع هذا النوع، وبالوظيفة أو المهمة التي يسعى إلى تحقيقها.

وبالرغم من تكامل وظائف الأنواع الصحفية إلا إن لكل نوع صحفي وظيفة محددة ودقيقة، لا يمكن لغيره أن يؤديها، فوظيفة الأنواع الإخبارية هي غير وظيفة الأنواع الفكرية أو التأويلية، وتختلف عن وظيفة الأنواع التعبيرية والأنواع الاستقصائية هذه الأخيرة لا طالما عبرت عن قوة الصحافة وترجمت المعنى الحقيقي للقب السلطة الرابعة للصحافة.

عندما نتحدث عن الأنواع الاستقصائية فإننا نتحدث، عن نوع صحفي يمثلها وهو التحقيق الصحفي، ويقوم التحقيق، على المعلومات والحقائق بإتباع أسلوب موضوعي ومهني بهدف الكشف عن خبايا مختلف القضايا التي تهم المجتمع حتى وإن

كانت خطيرة، وكذا إحداث التغيير بهدف تحقيق المنفعة العامة لأفراده، ومؤسساته، ولا ينطلق التحقيق من لا شيء وإنما ينطلق من مبادئ تنظمه، فهونوعاً أساسه البحث عن الحقائق، بطريقة عميقة، لا تتوقف عند نقطة تحصيل المعلومات، وإنما تتعداها إلى البحث عن ما يوجد وراءها فهو نوع لا يكتف بمعرفة مكان وزمان وقوع الحدث ومعرفة تفاصيله أو توقع نتائجه وإنما يصبو لمعرفة أسباب حدوثه والجهات المستفيدة من حدوثه، ولمعرفة هذا النوع أكثر خصيناه بالدراسة في ورقتنا البحثية.

أسباب اختيار الموضوع:

إن موضوع التحقيق الصحفي، كان محل اهتمام العديد من الباحثين في الدول الغربية ترجمته عدد من الدراسات والنقاشات، غير أنه لم يحظ بذات الاهتمام في الدول العربية وفي الجزائر، باستثناء بعض الدراسات القليلة.

أهمية الدراسة:

تتمحور دراستنا على التحقيق الصحفي، ومعرفة كيف يحرر وكيف يبني، ولأن أساس البحث العلمي هو الإحساس بالمشكلة، فتكمن أهمية هذه الدراسة في كونها من بين الدراسات الأكاديمية القليلة في التي تناولت التحقيق الصحفي.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. معرفة التحقيق الصحفي.
2. التعرف على كيفية تحرير التحقيق الصحفي.

3. الحاجة الماسة إلى دراسة التحقيق الصحفي باعتباره من أصعب الأنواع الصحفية خدمة للبحث العلمي من جهة وللمشتغلين بمهنة الصحافة من جهة أخرى.
نوعية الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وذلك لكون الدراسات الوصفية قادرة على دراسة الموضوع أو الظاهرة بهدف الحصول على المعلومات الدقيقة عن الموضوع محل الدراسة، فهي أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على مجموعة من المعلومات الواضحة عن ظاهرة محددة من خلال فترة زمنية معلومة واستنادا لذلك فالدراسة الوصفية هي الطريقة التي يفضلها يمكن معرفة التحقيق الصحفي.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي باعتباره منجها مناسباً لدراسة مثل هذه المواضيع حيث يقوم على وصف تفسير، تحليل، وتركيب الظواهر، للتوصل إلى النتائج النهائية ليتم تعميمها على الظواهر المماثلة.

2. تعريف التحقيق الصحفي:

يعد التحقيق الصحفي أهم أدوات الصحافة تناولا وبحثا في المشكلات الاجتماعية فهو يقوم بتفسير الأحداث، وتعليل أسبابها ومسبباتها، بغية التفكير في حلها وتنقسم كلمة تحقيق في اللغتين العربية والإنجليزية إلى مستويين، يتعلق المستوى الأول بالمعنى المجرد أي المعجمي والثاني اصطلاحياً يرتبط بالصحافة المعاصرة (حداد، 2002، صفحة 198) وتعرف المؤلفات الأمريكية التحقيق بكونه مرادفاً لكلمة مقالة المعالم المصورة، بينما تطلق عليها الصحافة الفرنسية وعلى

سبيل التجاوز كلمة ريبورتاج ومعناها الأصلي، تقرير مصور أو تقرير بالصور.(حسيني، 2005، الصفحات 156-157)

ويتأسس التحقيق الصحفي على التحليل الدقيق للحدث وتوضيح أسبابه ورسم ملامحه للقراء، فهو بذلك يحتاج إلى جهد وصبر كبيرين فالتحقيق الصحفي هو محطة مهمة لإبراز قدرة المحرر وكفاءتها المهنية التي يتمكن بفضلها معالجة الأفكار المتعلقة بمختلف جوانب الحياة الإنسانية واهتمامات القراء ويتأسس هذا النوع الصحفي على فكرة الموضوع، يعتمد في تغطيتها المتكاملة لمضمونها على أسلوب البحث والاستطلاع والتحليل الواقعي، وجمع ورصد المعلومات والبيانات اللازمة والإحاطة بالأراء المختلفة، مع الإحتكام في المحصلة إلى وجهة النظر الصائبة وتقديم الحلول والمقترحات المناسبة، باستخدام الفن التصويري أو مختلف الأنماط الصحفية الأخرى، فهو عبارة عن معالجة صحفية، لظاهرة مثارة تهدف إلى تعريف القارئ بأسبابها.

بناء على التعريفات المقدمة نستنتج أن التحقيق الصحفي طرح موضوعي لحدث أو قضية سياسية، اجتماعية، ثقافية، رياضية، إقتصادية، أو أمنية، بشرط أن تكون ذات أهمية، أثارت الرأي العام وشغلته أو يرى الصحفي أن طرحها سيشد انتباهه لشرحها وإيضاحها بالمعلومات المناسبة وكشف عناصرها وأسرارها بأسلوب مدعم بالحقائق، الشواهد والأرقام بالتركيز على الإجابة، عن ثلاثة أسئلة جوهرية وهي كيف حدث؟ ولماذا حدث؟ ومن يقف وراء ما حدث؟

ولصعوبة هذا الفن فقد توكل مهمة إعدادة للصحفي، أو مؤسسة صحفية، قسم خاص بالتحقيقات الصحفية أو مراكز خاصة مثل مركز صحيفة الأهرام، فهو يقوم بإنتاج وإعداد التحقيقات الصحفية في مختلف المجالات ليتم بيعها لمجموعة الصحف المتعاقدة معها.

3. سمات التحقيق الصحفي:

يتسم التحقيق الصحفي بمجموعة من السمات يمكن إجمالها فيما يلي:

- يساهم في وضع الحلول المناسبة للمشكلات والقضايا، التي يتم إبرازها والمساهمة في تكوين الراي العام من اجل التعريف بمشكلات المجتمع.
- يقوم على البحث والإستطلاع والتحري لمعرفة الزوايا المتعددة، والمتنوعة للموضوع المطروح فهو غالبا ما يتصل بالأحداث الجارية، ويرتبط بالأفكار الحية في حياتنا والتحقيق ينطوي على المعلومات، البيانات والتعليقات والمعاني والأبعاد الكامنة وراء الأخبار والمفاهيم السائدة.
- يعتمد على التفصيل المطول للموضوع، ويستوعب مختلف العناصر التيبوغرافية كالخرائط والرسومات التيبوغرافية، لهذا قد ينشر دفعة واحدة أو قد يأت على شكل سلسلة من التحقيقات المتتالية.
- يتسم بالواقعية، فهو يتناول الوقائع الجارية ويناقشها بالتفصيل والشرح.
- يستند إلى الأدلة والشواهد والمصادر المتعددة والمختلفة.

4. مراحل إعداد التحقيق الصحفي:

يمكن أن نلخص خطوات اعداد التحقيق الصحفي في ثلاث خطوات رئيسية،

متمثلة في إختيار الموضوع ثم جمع مادته، فتحريه ونشره.(أبو زيد، 2007)

ويشترط في اختيار الموضوع اختيار فكرة مناسبة للتحقيق، فيمكن أن يجد المحرر نفسها أمام مجموعة من الأفكار حول الموضوع، لذا عليه أن يختار منها فقط ما هو مهم ليناقشها مع رئيس التحرير، الذي يجب أن يتحلى الصحفي معه بالصبر، فبعد أن يفصل رئيس التحرير في الفكرة المختارة (راي نيل و نايلون، 1998، صفحة 90) يمكن أن يختار فكرة لا تثير حماس الصحفي لكن على هذا الأخير أن يدرك أن

التحقيق الصحفي هو ثمرة جهد مشترك للأشخاص، وبعد اختيار الموضوع، يتم جمع المعلومات من خلال البحث الميداني، في الصحف والأرشيف وفي وسائل الإعلام، إضافة للشخصيات المختلفة مهما كان منصبها أو مستواها.

5. تحرير التحقيق الصحفي:

يبني التحقيق الصحفي على طريقة الهرم المعتدل حيث يعرض المحرر القضية أو المشكلة التي يتناولها التحقيق بشكل موضوعي من خلال مقدمة، يجب أن يحرص فيها على إثارة اهتمام القراء بالموضوع وهذه المقدمة يمكن أن تأخذ عدة أشكال، فلا يوجد شكل واحد لتحرير مقدمة التحقيق الصحفي، فمقدماته تختلف بتنوع موضوعاته وأشكاله، وقد تختلف باختلاف الكتاب، فقد يريد الصحفي من مقدمته إثارة القارئ من خلال استفزازه، وقد يريد منها تقديم موجز للتحقيق وقد يهدف من خلف مقدمته أيضا خلق رأي- مع أو ضد- قضية معينة، ويمكن أن يرغب من القارئ وضع فرضياته عن الموضوع فيجعل مقدمته تساؤلية.

وهكذا فان نوع مقدمة التحقيق يتوقف على موضوع التحقيق وهدف كاتبه، في حين تكون التفاصيل في جسم التحقيق الصحفي، الذي يستوعب مختلف المعلومات التي يمكن لها أن تخدم موضوع التحقيق، ويشارك في هذا مع المقال التحليلي.

ويتطلب جسم التحقيق الحرص على تناسق الأفكار وانسجامها مع الكلمات خاصة وأن جسم التحقيق غالبا ما يتميز بحجم طوله، أما الخاتمة فهي تلخيص وتقييم للنتائج التي وصل إليها الصحفي في تحقيقه ويستطيع محرر التحقيق أن يختار نوع الخاتمة التي يرى أنها تتناسب مع تم تناوله في هذا النوع الاستقصائي.

6. شكل التحقيق الصحفي:

يتميز التحقيق الصحفي عن الأنواع الصحفية الأخرى في قدرته على استيعاب مختلف الأنواع الصحفية وخصائصها التحريرية والشكلية، وللعناصر الشكلية دور أساسي في التحقيق الصحفي لقدرتها على جذب اهتمام القارئ وتيسير قراءته وجعلها مضمونة.

فطول حجم التحقيق الصحفي يزيد من احتمالية ملل القارئ، لذا فالشكل في التحقيق الصحفي وسيلة للوصول إلى القارئ وجذبه لمضمونه.

و يمكن إجمال العناصر الشكلية للتحقيق الصحفي فيما يلي :

- **العنوان:** يمكن أن يتضمن التحقيق الصحفي عدة أنواع من العناوين أساسها العنوان الرئيس وهو أكثر الوحدات الفنية دلالة على مضمون التحقيق. إضافة لعنوان الإشارة والعناوين الفرعية، التي تتخلل فقرات التحقيق الصحفي، ليتمكن من استيعاب المعلومات الآتية في الفقرات التالية:
- **الجداول والرسوم البيانية:** تعتبر هذه العناصر التيبوغرافية، عناصر جد مهمة في هذا النوع الصحفي لمقدرتها على اختزال الكثير من المعاني الفكرية، والعديد من المعلومات التي تدعم التحقيق الصحفي.
- **الصورة:** وتستخدم لإضفاء نوع من المصداقية، في موضوع التحقيق الصحفي، فهي تجسد الحدث.

6. خاتمة

إنّ التحقيق الصحفي كنوع استقصائي، يتسم بسمات تجعله يختلف عن الأنواع الصحفية الأخرى، سمات تجعل منه نوعا يتطلب الكثير من المهارة والصبر

على الجهد، الوقت وفي الكثير من الأحيان التكاليف المادية، ربما هذا ما يفسر عزوف العديد من المؤسسات الصحفية عنه رغم أهميته فهو وسيلة لتشكيل الرأي العام والتأثير فيه، فهو الوسيلة التي غيرت مستقبل ساسة مثل ما حدث مع الرئيس الأمريكي نيكسون في سبعينيات القرن الماضي عندما فضح تحقيق صحفي أمر تجسسه على الحزب المنافس، وهو الوسيلة التي أجبرت دولا مستعمرة على الخروج من دول استعمرتها استجابة لمطالب شعوبها بعد فضح التحقيق الصحفي جرائمها فيها مثل ما حدث مع الولايات المتحدة الأمريكية في الفيتنام.

7. قائمة المراجع:

- أميرة حسيني. (2005). *فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون*. القاهرة: دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع.
- فاروق أبو زيد. (2007). *فن الكتابة الصحفية*. القاهرة: عالم الكتب.
- ليوناردو راي نيل، و رون نايلون. (1998). *مدخل إلى الصحافة*. (حمدي ايش، المترجمون) الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- نبيل حداد. (2002). *الكتابة الصحفية (الإصدار 1)*. دمشق: مكتبة الرائد.