

أثر منصات الإعلام الاجتماعي على المنظومة القيمية للشباب

(بحث تطبيقي على فئة الشباب في مدينة القامشلي)

أوصمان علي

المقدمة:

أصبح الإعلام الاجتماعي مؤشراً لقياس الرأي العام الداخلي والخارجي، وفضاءً حرّاً لنشر الأفكار، كما لم يعد خافياً على أحد، الأثر الكبير الذي يتركه التقدّم التقني في ميداني الإعلام والاتصال، وما لازمهما من تحوّل للجمهور من استخدام النوافذ الإعلامية التقليدية ذات الأحجام الكبيرة، والنطاق المحدود زمنياً وجغرافياً في الربط والتواصل، إلى الشاشات الرقمية الصغيرة، التي تعزز لدى المستخدم - إيجاباً أو سلباً - أنماطاً متقلّبة من المفاهيم، والاتجاهات، والمعتقدات، موظفة في هذا المسار أحدث آليات الإقناع، والجذب، والقبول التي غيرت على إثرها طبيعة العملية الاتصالية، ومفاهيم العديد من النظريات الإعلامية المعنية بأصول التنشئة الاجتماعية، ومستقبل العلاقات الانسانية، والأبعاد القيمية لاستخدام الجمهور لمنصات الإعلام الافتراضية.

تلك الشبكة التي تم ابتكارها في الولايات المتحدة غداة نهاية الحرب الباردة، بدأت عملها المذهل، والمثير للخيال، معتمدة أيديولوجية قائمة على الانفتاح، والحرية، والتفاعل النشط بين الأفراد والجماعات والأمم.

كما رفدت «الإنترنت» الإنسانية بفوائد عظيمة، واختصرت قروناً من العمل في المعرفة والتواصل إلى سنوات، لكن بموازاة ذلك نشأت أربعة مخاطر؛ أولها درجة كبيرة من الاعتماد على الشبكة، التي استسلمت لنزوع احتكاري لعدد محدود من الشركات الأميركية، وثانيها قابلية كبيرة للتأثر بأنشطة ضارة وهدامة على صعيدي الأمن الفردي والخصوصية، وثالثها ممانعة واضحة لجهود التقييد والضغط، أمّا رابعها أنها باتت أداة من أدوات الحرب، والصراع، والتدخلات في شؤون الدول. (1)

من هنا، فإن استثمار المتلقي للشبكات الاجتماعية الإلكترونية أخذ يحمل أبعاداً شديدة التأثير من النواحي السلوكية، والوجدانية، والمعرفية، وباتت بحكم جاذبيتها، وتنوع أدواتها، وشمول محتواها، وسيلة مؤثرة لتعزيز الهيمنة الثقافية، والرقابة المجتمعية؛ أضف إلى ذلك، إحداثها تحولات نوعية في أنماط الحياة المعاشة، وتغيير عادات الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية.

لذا تحوّل طيف من المتلقين من مرحلة التركيز والاستهلاك السلبي الجامد، وغير الواعي للمعلومة، إلى مرحلة المشاركة والتفاعل، وصنع أجندة خاصة به، تفرض - في أحياناً كثيرة - على وسائل الإعلام خيارات القبول والنشر الآني، سيما في ظرف لم يعد فيه الجمهور العام كتلة متجانسة من الأفراد المشتركين من حيث الخصائص والسمات، ولم يعد ملكاً

لأحد، بل أصبح لكل فرد عامله الخاص، ونمط حياته، الذي في حال تقاعست الوسيلة الإعلامية عن إشباع حاجاته، ومتطلباته، عندها بيده خيار التحول إلى وسيلة بديلة، دون أدنى جهد، أو تكلفة تذكر.

كما لا يمكن هنا التشكيك في الدور الجوهرى للإعلام الاجتماعى، فيما يخص تحقيق النمو الاقتصادى، ودعم التواصل، والحريات، والتطوير الذاتى للمستخدمين.

أياً كان حجم التأثيرات، وعمق الارتدادات الناتجة عن تحديثات وسائل الإعلام الرقمية، إلا أنها تُعدّ - يقيناً - الوسيلة الأفضل للوصول إلى الشعوب، والفئات المهمشة، كى تعبر عن آرائها واهتماماتها، وتعمّم حقوقها ومشكلاتها، فضلاً عن التخلص من احتكار النخب، والشخصيات المؤثرة لمساحات النشر، وخلق نافذة عالمية لتوحيد الخطاب الجامع.

طبعاً لا يمكننا التسليم بهذه الرؤية الإيجابية من منظور قطعى، ففي النهاية يتوقف حجم تأثير الإعلام الرقمية على ما يتمتع به الجمهور - فرداً أو جماعة - من قدرات إدراكية، ووعى، وثقافة، وقيم راسخة، إلى جانب المناخ العام، وهذه العوامل تتحكم في توظيفه السلبى أو الإيجابى للمنصات الرقمية، وبالتحديد نقصد هنا فئة الشباب التى تقود الإعلام الاجتماعى الجديد.

الجانب المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

تُعَدُّ منصات الإعلام الاجتماعي جزءاً حيوياً، وأساسياً من نمط حياة الأفراد اليومية، ومعياراً مرجعياً لتوجيه تصرفاتهم، وميولهم، واتجاهاتهم، نحو أطر اجتماعية واقتصادية، وأخلاقية مبهمة، وغير واضحة الأهداف، مما جعلها موضع جدل وإثارة، يُبنى على إثرها العديد من النقاشات، حول مدى انعكاس المنصات الرقمية - سلباً أو إيجاباً - على القيم الراسخة في المجتمعات، وما يلزمها من تحسين أصول الإرشاد، والتربية، والتوجيه من جهة، وتأطير، وتنميط العادات، والثقافات، والسلوكيات - سلباً - من جهة أخرى.

خلال بحثنا الحالي، سنسعى إلى تشخيص عادات تعرّض الشباب لمنصات الإعلام الاجتماعي، ودراسة أثرها على المنظومة القيمية للشباب، إلى جانب استنباط النتائج من المتغيرات التي تؤثر في دورة حياة العملية الاتصالية بين المنصات الرقمية الاجتماعية، والمتلقي الشاب، مع الأخذ بعين الاعتبار أن مجتمعاتنا المحلية حديثة العهد بالطفرة الرقمية، لذا كانت الفجوة الاتصالية عميقة التأثير على مناحي الحياة كافة.

عموماً تتمحور مشكلة البحث في الإجابة على تساؤل رئيسي: ما تأثير منصات الإعلام الاجتماعي على المنظومة القيمية للشباب؟

ثانياً: أهمية البحث: تتبع قيمة البحث بشكل أساسي من نقاط عدة، هي:

- 1- الدور الفعّال والحيوي لمنصات الإعلام الاجتماعي في التأثير على البنية القيمية للمجتمعات، واستقرار المسؤوليات الاجتماعية لأفرادها، سيّما مع تحوّل العالم من وسائل الإعلام التقليدية إلى الوسائل الشعبية والتفاعلية، التي تحتلّ العالم ضمن شاشة هاتف جوال، أو حاسوب.
- 2- أهمية دور منصات الإعلام الاجتماعي في خلق أو وأد القدرات الإدراكية، والمعرفية، والثقافية لدى المستخدمين، وترسيخ أنماط فكر نقدية أو سطحية تجاه القضايا.
- 3- اختيار فئة الشباب التي تُعَدُّ طاقة ديناميكية لإحداث التغيير الإيجابي أو السلبي في المجتمع.
- 4- للقيم دورٌ رئيسي في تكوين شخصية الفرد، وتوجيهه سلوكياً، ومعرفياً، وعاطفياً، وهي مؤشر نوعي لتطور المجتمعات، أو انحدارها.
- 5- استخدام الشباب للإنترنت قد يزيد من احتمالية تنامي النزعات الاستهلاكية، ومخاوف التقليد بدلاً من الابتكار، وتبني العزلة، والتطرف، سيما مع غياب الإجراءات التنظيمية، والتوجيهية في الاستثمار السليم، والهادف للإنترنت، لذا يستوجب التحليل بمنهجية علمية.

ثالثاً: أهداف البحث: يركز البحث على تحقيق جملة من الأهداف، هي:

- 1- التعرف على منصات الإعلام الاجتماعي المفضلة لدى الشباب.
- 2- التعرف على المدة الزمنية التي يقضيها الشباب أمام منصات الإعلام الاجتماعي.
- 3- التعرف على دوافع استخدام الشباب لمنصات الإعلام الاجتماعي.
- 4- التعرف على التأثير الإيجابي أو السلبي للمنصات الاجتماعية على المنظومة القيمية للشباب.

رابعاً: تساؤلات البحث

- 1- ما هي منصات الإعلام الاجتماعي المفضلة لدى الشباب؟
- 2- ما هي المدة الزمنية التي يقضيها الشباب أمام منصات الإعلام الاجتماعي؟
- 3- ما هي دوافع استخدام الشباب لمنصات الإعلام الاجتماعي؟
- 4- ما التأثير الإيجابي أو السلبي لمنصات الإعلام الاجتماعي على المنظومة القيمية للشباب؟

خامساً: منهج البحث

ينتمي البحث الحالي إلى البحوث الوصفية، التي تقوم على "جمع المعلومات الوافية، والدقيقة عن أي ظاهرة أو مجتمع أو نشاط، وصياغة عدد من النتائج، ممن تقوم على أساسها إصلاحات اجتماعية، وما يرتبط بها من أنشطة أخرى". (2) سيتم سحب عينة عشوائية من مجتمع البحث الذي يمثله الشباب، ومن المتوقع أن يبلغ عددهم (200) شخصاً من كلا الجنسين، تتراوح أعمارهم/هن ما بين 18-30 عاماً، وتم اختيار هذه الفئة العمرية بالتحديد كونها أكثر الأعمار استخداماً للإنترنت عموماً، ومنصات الإعلام الاجتماعي على وجه الخصوص، أمّا عن أدوات البحث، فسيتم توظيف أداة الاستبانة التي تضم أسئلة (مفتوحة ومغلقة)، إلى جانب إجراء المقابلة البحثية الشخصية مع أصحاب الاختصاص.

سادساً: حدود البحث

تمتد الفترة الزمنية لإنجاز البحث بين 5 يناير/كانون الثاني، إلى 15 مارس/آذار من عام 2022، في حين تضم الحدود المكانية مدينة القامشلي السورية، أمّا عن الحدود الموضوعية، فتتناول ما تخلفه منصات الإعلام الاجتماعي من تأثيرات جمّة على المنظومة القيمية للشباب.

سابعاً: مفاهيم أساسية

- **منصات الإعلام الاجتماعي:** مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الإنترنت، والتي تعتمد على الأسس الأيديولوجية، والتكنولوجية للويب، وتسمح بإنشاء وتبادل المحتوى، الذي ينشئه المستخدم، كما تسمح، وتسهل التفاعلات بين الأشخاص، والعرض الذاتي. (3)

- **المنظومة القيمية:** هي مجموعة المعايير، والأحكام، والقوانين، والأفكار، والاتجاهات التي تنمو خلال التنشئة، والتفاعل مع البيئة المحيطة، وتمثل للفرد الإطار المرجعي لممارساته وتعاملاته مع الآخرين. (4)
- **القيم السياسية:** هي القيم التي يمتلكها كل شخص، والتي تساعد على فهم السياسة بطريقة أو بأخرى، وهو ما يجعل شخصاً معيناً يدعم أيديولوجية معينة، وتضمن الحرية، والأمان، والمساواة. (5)
- **القيم الاقتصادية:** تتمثل في سعي الفرد، ورغبته نحو تكوين ثروة مالية، والرغبة في توفير حياة رغيدة. (6)
- **القيم الاجتماعية:** هي مجموعة القيم المعترف بها في المجتمع، والتي تحدد السلوك الاجتماعي للأشخاص الذين يشكلون المجتمع، وتهدف إلى تعزيز العلاقات الإنسانية، وتحقيق توازن الرفاه الاجتماعي من خلال الصفات التي تعتبر إيجابية، مثل الاحترام والعدالة والصدقة وغيرهم. (7)
- **القيم النفسية:** وهي مجموعة القيم التي تهيئ الشاب لفهم ذاته جيداً، وذلك باعتبار أن فهم الذات ما هو إلا مقدمة لفهم الآخر والتعايش معه، ويعبر عنها بقيم مثل: إثبات الذات - الطموح. (8)
- **القيم الانسانية:** تعني القواعد التأسيسية لنظام أخلاقي متكامل، يتم فيه تحديد الطبيعة البشرية الصلبة، من خلال أفكار الإصلاح والأعمال الفنية. (9)

ثامناً: متغيرات البحث

المتغير المستقل:

- منصات الإعلام الاجتماعي، وتطبيقاته التفاعلية (فيسبوك، يوتيوب، تويتر، انستغرام...).

المتغير التابع:

- المنظومة القيمية للشباب من (أنماط سلوكية، واتجاهات، ومعتقدات..).

المتغير الوسيط:

- المدة الزمنية التي يقضيها الشباب أمام منصات الإعلام الاجتماعي.
- المناخ المحيط بالمستخدمين.
- المؤهل العلمي للفئة المستخدمة.

تاسعاً: مصادر المعلومات

جُمعت المعلومات والبيانات من مصادر أولية وثانوية، ضمت: (دراسات، وأبحاث سابقة، وكتب، وأوراق بحثية، ومقالات، ومواد إخبارية

الجانب النظري

أولاً: الثورة الرقمية وظهور منصات الإعلام الاجتماعي

طالما ظل الاتصال والإعلام أبرز نتائج التكنولوجيا، والثورة التقنية التي أثرت على نحو عميق في حياة البشرية، وأحدثت تحولات جسيمة في شكل وطبيعة العلاقات الانسانية بين الأفراد، والأمم، ووفرت الكثير من الوقت والجهد والتكلفة المادية، للوصول إلى الأهداف المرجوة، وأصلت العديد من العادات، والأنماط السلوكية، والمفاهيم في بنية وهوية المتلقين، أيًا كانت انتماءاتهم، وولاءاتهم، وجغرافيتهم، هذا بالطبع ما أنتجته الثورة الرقمية في عالم الإعلام، الذي انتقل بفضل وسائل التواصل، والربط الحديث من نطاق الجماعة إلى الفرد، ومن حدود الدول إلى الكونية في التأثير والغرس الثقافي، وفي النتيجة تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية كالتلفاز، والإذاعة، والصحف.

كانت بداية الشبكات الاجتماعية في تسعينيات القرن الماضي، حيث ظهرت شبكات اجتماعية مثل شبكة (sixdegrees.com) التي منحت الأفراد فرصة طرح لمحات عن حياتهم، وإدراج أصدقائهم، وفي عام 1995، صمم "راندي كونرادز" موقع (Classmates.com)، لمساعدة الأصدقاء وزملاء الدراسة، ومع بداية الألفية الثانية، وظهور الجيل الثالث G3 من شبكات الاتصال اللا سلكية، وزيادة القدرة على نقل البيانات، والمحادثات الفورية أو الصور أو مقاطع الفيديو، ذاع صيت تطبيقات وبرامج كانت شهيرة في هذه الفترة (مثل: ياهو ماسنجر، وبريد الهوت ميل)، ومن ثم الموقع الأمريكي My Space.

مع بداية الجيل الرابع G4 من شبكات الاتصال اللا سلكية عام 2010، تطورت المكونات المادية والبرمجية للبنية التحتية للإنترنت، وظهور الجيل الثالث من الويب، بما تميز به من ذكاء صناعي، وقدرة على تبويب وتصنيف المعلومات، بالإضافة إلى انتشار استخدام إنترنت الهاتف المحمول على نطاق واسع، فاستطاعت الشبكات الاجتماعية الاستفادة من هذه المميزات، والعمل على تطوير أدوات التواصل بين مستخدميها، واتسعت أسواقها، وانتشرت تطبيقات التواصل الاجتماعي، التي تعتمد على الهواتف الذكية مثل: (واتساب، وويتشات، ولابن، وبوتيم.. وغيرها).

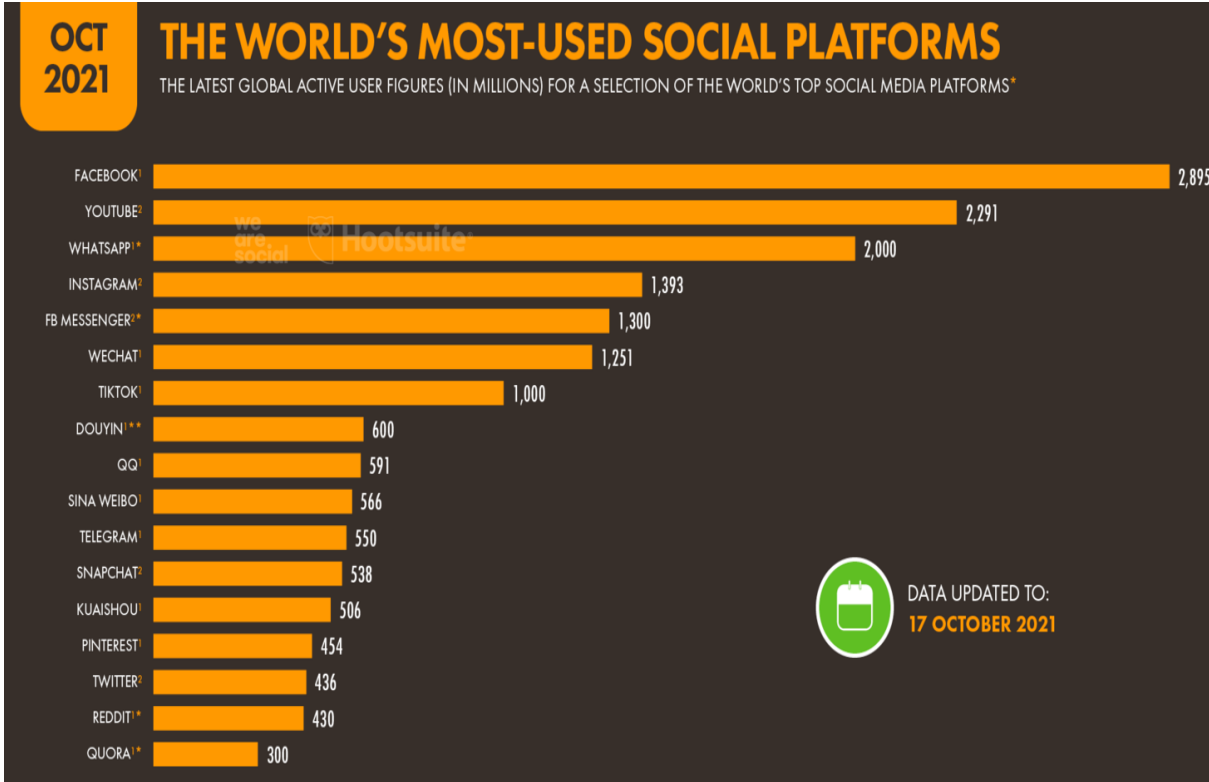
فضلاً عن ظهور تطبيقات ركزت على المحتوى المرئي، خاصة الصور والفيديوهات، مثل:

إنستجرام، وسناب شات، وغيرهم، من التطبيقات، التي أصبحت سمة رئيسية خلال المدة الممتدة من 2010 حتى 2020. (10)

ثانياً: حقائق وأرقام عن منصات الإعلام الاجتماعي

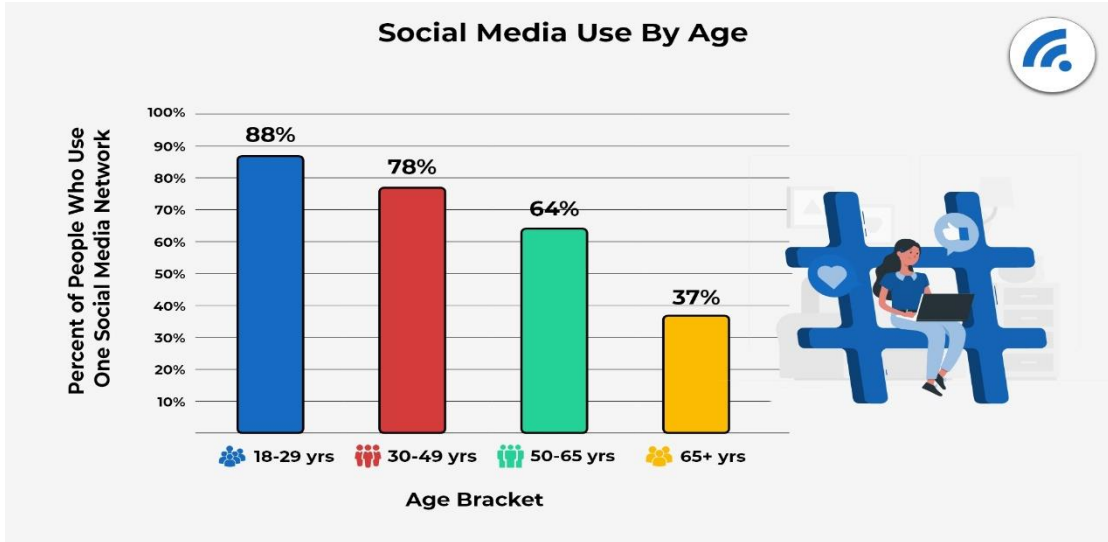
نستعرض في هذه الجزئية من البحث جزءاً من الجداول البيانية والإحصائية، تتضمن قائمة لأكثر منصات الإعلام الاجتماعي استخداماً، وأرقاماً عن مدة الاستخدام، والفئات العمرية التي توظفها.

1) منصات الإعلام الاجتماعي الأكثر استخداماً خلال عام 2021



الشكل رقم (1) - المصدر data reportal

2) الفئات العمرية الأكثر استخداماً لمنصات الإعلام الاجتماعي



الشكل رقم (2) - المصدر: broadband search

3) حقائق عن خريطة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي



الشكل رقم (3) - المصدر: موقع الجزيرة نقلاً عن [data reportal](#)

ثالثاً: الشبكات الاجتماعية والمنظومة القيمية للشباب

من اللبنة الأساسية في ازدهار أي مجتمع - بغض النظر عن دينه، وعرقه، ولسانه، ولونه - منظومة القيم والمبادئ العليا الحاكمة لهذا المجتمع. حيث لا يتصور وجود مجتمع إنساني بدون وجود منظومة من القيم والمثل العليا، التي تحكم وتوجه، وتضبط، وتقيّم التصورات، والتصرفات العامة والخاصة في هذا المجتمع، فتلك المنظومة من القيم والمثل العليا هي التي تميز المجتمع البشري عن المجتمع الحيواني، الذي لا تحركه إلا الغرائز، وبقدر سمو ونقاء وكمال وشمولية تلك المنظومة وسلامة مصادرها، وقوة إيمان الأفراد والجماعات بها - اعتقاداً وتطبيقاً - يرتفع المجتمع ويعلو على غيره من المجتمعات، ويحقق ميزة التفوق الحضاري، والأمني ويتأهل لقيادة البشرية. (11)

في الحقيقة، أثرت الثورة التكنولوجية وتطبيقاتها المختلفة على منظومة القيم بجميع أبعادها، مثل منظومة القيم الاجتماعية، والدينية، والذاتية للفرد، أي ما يتعلق برؤية الفرد لذاته، ومجتمعه، وتميز القيم بعدة خصائص، لعل أهمها أنها، "غير مرتبطة بزمن محدد، حيث أنها عابرة للماضي والحاضر، والمستقبل، وتختص القيم بالبشر دون غيرهم، وأن تلك القيم نسبية وليست مطلقة، معيارية تمثل معياراً لإصدار الأحكام وتفسير السلوك، وتميز القيم بأنها تحمل صوراً متضادة ومتعارضة، ومكتسبة عبر مؤسسات التنشئة الاجتماعية، وتميز أيضاً بأنها ذاتية، ويختلف وزنها من فرد إلى آخر، وهو ما كان له انعكاس أمني، واقتصادي، وثقافي، وسياسي واجتماعي على المجتمع بكل فئاته. وتلعب القيم عدة وظائف لعل أهمها، أولاً: تشكيل شخصية الفرد وتحديد أهدافها، والقدرة على التكيف، والتوافق، وتحسين القدرة على الإدراك، وثانياً: المحافظة على تماسك المجتمع، وتحديد أهدافه، ومواجهة المتغيرات التي تحدث، أما ثالثاً: فيعزز القدرة على التعبير عن الهوية والمصلحة الوطنية. (12)

وإذا كانت مرحلة الشباب تفتقر إلى الاتزان والاستقرار، وتنطبع بالاندفاع والحماس الزائد، فإن الشباب - إذا أبقى على التناقضات بين القيم والممارسة في الواقع - ستعمق الهوة بينه وبين قيمه الدينية والوطنية، وسيصبح على كامل الاستعداد للانقياد لكل السلوكيات التي تقع تحت الحواس، لدرجة التماهي وذوبان الشخصية. (13)

خامساً: نظريات التأثير الإعلامي

تُعدّ نظريات الاتصال، واحدة من الأدوات العلمية الدقيقة لتحديد حجم، ومستوى تأثير وسائل الإعلام على الجمهور في حقول: السياسة، والاقتصاد، والمجتمع، والتعليم، والتربية...، كما تقيس درجة التفاعل الناتج عن العملية الاتصالية التي تضم عناصر عدة: (المرسل، والرسالة، والوسيلة، والمتلقي، ورجع الصدى)، وهي تختلف في مضمونها، حسب نوع التأثير المباشر أو غير المباشر لوسائل الاتصال.

سنشير باختصار إلى بعض النظريات التقليدية، كنظرية وضع الأجندة، إلى جانب نظريات أخرى جديدة ظهرت مع بروز دور الاتصال الرقمي، ومن هذه النظريات (التلاقي أو الدمج، والشبكات الاجتماعية، والمجال العام)، وستتم الاستفادة منها كخلفيات علمية أثناء تحليل البيانات الإحصائية.

1) نظرية وضع الأجندة Agenda-Setting Theory:

تسمى أيضاً نظرية ترتيب الأولويات (Salience Transfer)، تم إعلان هذه النظرية رسمياً من قبل "ماكومبز"، و"شو" في دراسة قاما بها عام 1968، وتبحث في تأثير وسائل الإعلام على الجماهير، التي تتعرض لتلك الوسائل. ويفترض هذا المدخل أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع، وإنما يتم اختيار بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشكل أكبر، والتحكم في طبيعتها، ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمام الجمهور، وتحثهم على التفكير فيها، وعليه ستمثل هذه الموضوعات أهمية نسبية أكبر لدى الجمهور من الموضوعات التي لا تقوم وسائل الإعلام بطرحها. (14)

2) نظرية التلاقي أو الدمج Convergence Theory:

تعتبر هذه النظرية من بين أهم الأطر المستحدثة التي تسعى لتقديم فهم كامل، ومخطط للشبكات الاجتماعية، وهي عبارة عن خلاصة لأهم إسهامات "هنري جينكنز"، و"جون بافلينك"، و"فريدريك كيتلر" الذين يعدّون حالياً من أبرز منظري هذه الظاهرة، ويدور محتوى النظرية حول جملة من الافتراضات الرئيسية، أهمها أن هناك تغييرات جسيمة تحدثها تكنولوجيا الإعلام الجديدة على طبيعة التواصل البشري من حيث طرق التواصل، وكافة أوجه الحياة. (15)

ويقدم "جينكنز" المفاهيم الرئيسة للنظرية، وهي ثلاث:

- التلاقي أو الدمج.
- الذكاء الجماعي.
- ثقافة المشاركة.

والمقصود بالتلاقي هو التدفق المتداخل لمختلف أنواع المحتويات، والنصوص، والفيديوهات، والصور.. ومختلف أنشطة الجماهير، التي أصبحت لها القدرة على إنتاج وانتقاء المحتويات داخل الشبكات الاجتماعية المختلفة. (16)

3) نظرية الشبكات الاجتماعية Social Networks Theory:

طُرحت هذه النظرية لأول مرة عام 1800م، من قبل "دافيد اميل دوركلم"، و"فردناند تونيس"، حيث ناقشوا لأول مرة وجود الفرد ككائن مستقل، أم كجزء ضمن شبكة المجتمع، وأن المجتمع الحديث يتكون من كتلة عضوية واحدة "Organic Solidarity" والتي تنشأ نتيجة العلاقة والروابط بين أفراد مختلفين في التصرف والعادات، ولكن تجمعهم شبكة المجتمع الواحد، الذي يتعايشون فيه.

تطورت هذه النظرية بإضافة البعد الرياضي والتكنولوجي لها منذ نهاية سبعينيات القرن الماضي، حتى عصر الانترنت، وقد نُجحت مواقع التواصل الاجتماعي بفعل ما عجز عنه أي وسيلة أخرى، في ترجمة فرضية هذه النظرية على أرض

الواقع: وهو جمع الناس على اختلاف لغاتهم وثقافتهم وعقائدهم، في بوتقة التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، وصهرتهم، مشكّلةً بذلك أكبر مجتمع إلكتروني، فلم يحدث أن استطاع شخص أو حدث تجميع الناس في فضاء مثلما فعلت مواقع التواصل، ومن هنا تنبع القوة الحقيقية لهذه التقنية. (17)

4) نظرية المجال العام Public Domain Theory:

تشرح النظرية كيف أن وسائل الإعلام نقلت النقاش من المجال العام إلى المجال الخاص، بحيث تتم فيه صناعة منتج إعلامي قادر على إختراق العقول، وإيهاؤها وإبعادها عن الحقائق، كما تؤكد أن وسائل الإعلام الإلكتروني تخلق حالة من الجدل بين الجمهور، تتيح تأثيراً كبيراً في القضايا العامة، وتؤثر على النخبة العامة، والحاكمة، والجمهور، مما يعني أن ثقافة الانترنت أصبح لها جماهيرها وشعبيتها، وهي في ازدياد مطرد على العكس من قراء الصحف والكتب، لاعتبارات عدة، إذ تشير الاحصائيات التي جرت مؤخراً بأن أكثر من 80% من فئة الشباب يفضلون التعامل مع الإعلام الإلكتروني، لأنه يتيح لهم إمكانيات تفاعلية عديدة، مثل الدردشة، والتعليق بسرعة، والتزامنية الشديدة، مما يؤكد بأنه المستقبل للإعلام الإلكتروني.

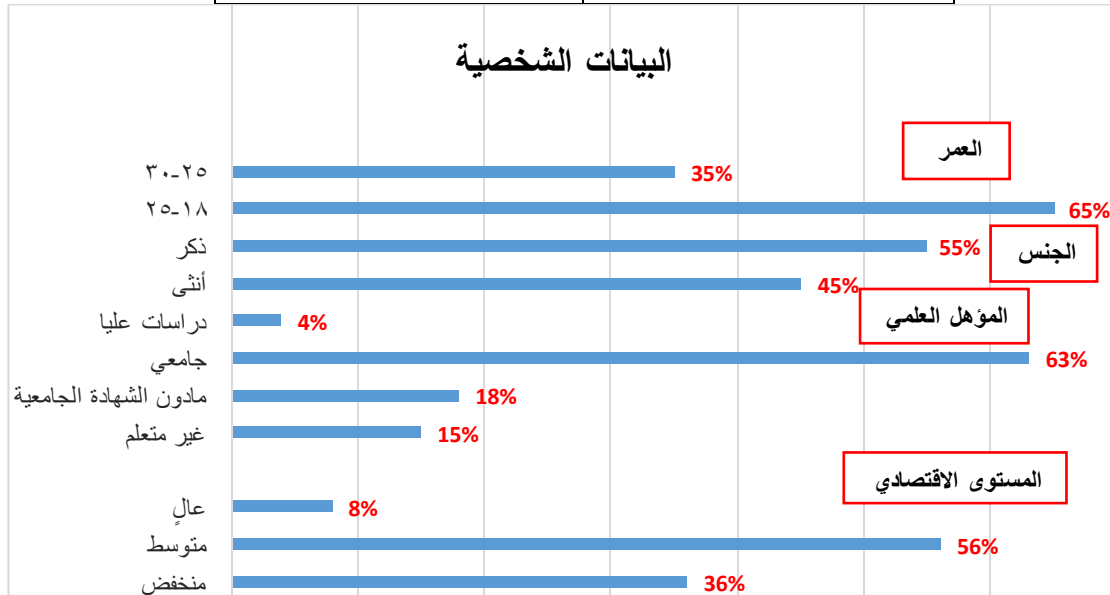
يؤكد "هابرماس" - مطور النظرية - على الدور الكبير لوسائل الاعلام في المجال العام، إذ تقوم وسائل الإعلام (كمجالات عامة) بدور مزدوج، فهي تقوم بإتاحة الفرصة للأفراد للتعبير عن الرأي والحوار، لكنها أيضاً تنقل رأي السلطة، وتوجهاتها للمواطنين. (18)

الجانب الميداني: النتائج العامة للبحث الميداني

سنستعرض في هذا الجزء من البحث، البيانات، والمعلومات المستخلصة من الاستبيانات، الموزعة على الشباب، مدعومة بالرسوم البيانية، والتفسيرات الوصفية.

خصائص عينة البحث

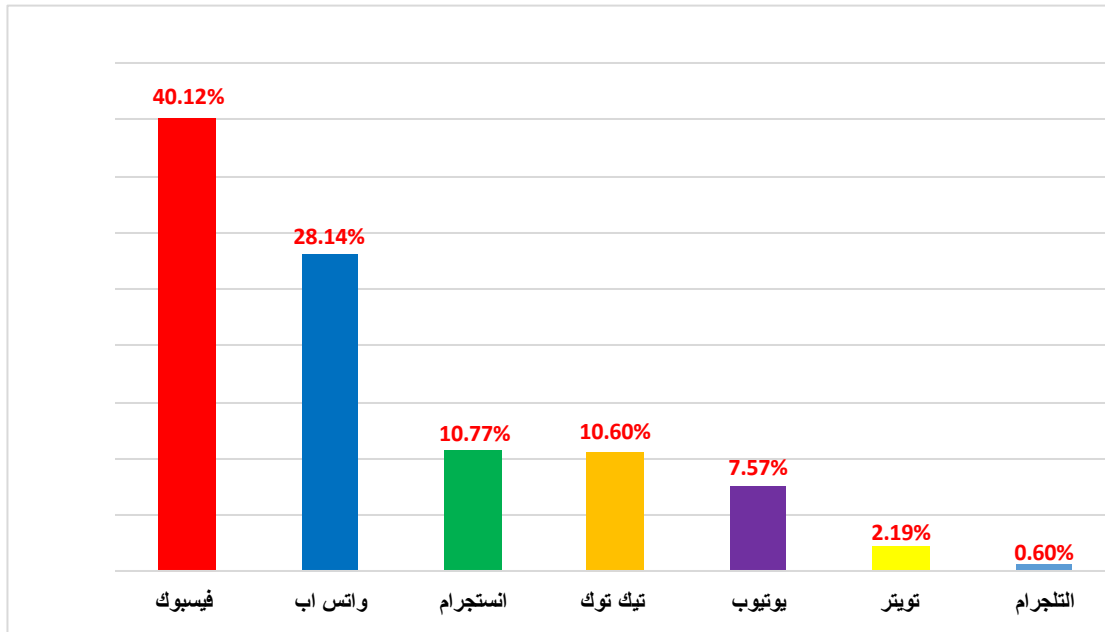
البيانات الشخصية	
النسبة	العمر
65%	25-18
35%	30-25
النسبة	الجنس
45%	أنثى
55%	ذكر
النسبة	المؤهل العلمي
15%	غير متعلم
18%	ما دون الشهادة الجامعية
63%	جامعي
4%	دراسات عليا
النسبة	المستوى الاقتصادي
36%	منخفض
56%	متوسط
8%	عالٍ



1) منصات الإعلام الاجتماعي المفضلة لدى الشباب

40.12%	فيسبوك
28.14%	واتس اب
10.77%	انستجرام
10.60%	تيك توك
7.57%	يوتيوب
2.19%	تويتر
0.60%	التلجرام

الجدول رقم (1)



الرسم البياني رقم (1)

بناءً على نتائج الجدول رقم (1)، يتضح أن أهم التطبيقات التي يستخدمها الشباب تأخذ الترتيب التالي: فيسبوك في الصدارة بنسبة 40.12%، ومن ثم واتس اب 28.14%، وانستجرام 10.77%، وتيك توك 10.60%، يليهم يوتيوب 7.57%، وتويتر 2.19%، وأخيراً التلجرام بنسبة 0.60%.

من المعروف، أن لكل مرحلة تطبيقاتها الإلكترونية، وترجع الفيسبوك على عرش هذه القائمة أمر طبيعي، نظراً للجماهيرية التي قد اكتسبها في الشرق الأوسط بعد "ثورات الربيع العربي"، وما ميّزه أكثر ما يعرضه من عوامل جذب بصري وتفاعلية تستقطب الشباب الشغوفين بالنشر، ومتابعة الصفحات، التي تثير اهتمامهم وتشبع حاجاتهم، عوضاً عن

اكتساب أصدقاء جدد وزملاء عمل، والاستفادة سلباً أو إيجاباً من البصريات، والمعلومات المتدفقة، في سياق إتصالي يتسم بالتزامنية.

أما الواتس آب، فُيعدّ من أهم تطبيقات الدردشة المنتشرة في المنطقة، بعد أن كانت الكفة ترجح لصالح سكايب، وياهو، قبل عقد من الآن، وما يمنح هذا التطبيق الأهمية، تحقيق الأمن التام للمستخدم من خلال تشفير المحادثات الشخصية والجماعية، والتمتع بالمراسلات البسيطة والموثوقة، فضلاً عن عدم حاجتها إلى تدوين بيانات شخصية إضافية عن العمر، أو الجنس، أو البريد الإلكتروني، كما الفيسبوك، إلى جانب مجانية الاتصال، وغرف المشاركة المرئية، التي توفر على المستخدم المحلي تكلفة الاتصالات الهاتفية، خاصة الدولية منها.

في المقابل تصدّر الانستجرام في الآونة الأخيرة اهتمامات الجيل الياغ والشباب، لنشر يومياته، بعروض بصرية جذابة ومغرية لزوار التطبيق، بل أصبحت وجهة الكثيرين للدخول في عالم الشهرة والنجومية، والتجارة الراححة، مستثمرين تطبيق الفلاتر، والبث الحي، واستخدام ميزة بوميرانغ - Boomerang التصوير المتعاقب، حيث تتيح تسجيل الفيديوهات التي تصل مدتها الزمنية إلى حدود الثانيتين، ويتم تشغيلها، وعرضها بشكل بطيء loop لمدة 6 ثوانٍ متتابة، مع إمكانية إعداد استطلاعات للرأي، وعرضها على جمهورهم، عوضاً عن استخدام تطبيق Hyperlapse لتسريع الفيديو، وإعداد الفيديوهات الاحترافية، ومشاركة القصص والصور، والروابط الإلكترونية على مختلف منصات الإعلام الاجتماعي.

بينما أخذ التيك توك أيضاً ينتشر بسرعة كبيرة في الوسط الشبابي، الذي يخصص جزءاً كبيراً من أوقاته للترفيه عن نفسه، والابتعاد عن ظروف الحرب، التي تحيط بهم منذ عقد من الزمن، إلى جانب تفضيل شريحة واسعة منهم متابعة ما يروج له المشاهير والمؤثرون من فيديوهات مُدّدها بين دقيقة إلى ثلاثة دقائق، لكنها لا تخلو في أحياناً كثيرة من مشاهد العري "الحادشة للحياء العام، والمنافية للقيم الأخلاقية والاجتماعية في منطقة متحفظة على عرض هكذا محتوى"، ومن أخطر المشاهد المعروضة أيضاً مشاهد الانتحار، التي يضع فيها بعض الأشخاص حماية لحياتهم بطريقة جنونية وصادمة، ويمكن اعتبارها إحدى أسباب انتشار ظاهرة الانتحار - بشكل غير مسبوق - بين الشباب على مستوى مناطق الإدارة الذاتية، وباقي الجغرافية السورية، حيث تشكل هنا هوة وفجوة بين المتداول افتراضياً، والواقع الأصلي المعاش، الذي تتصف فيه الأوضاع الاقتصادية والأمنية والنفسية بالتدهور، مما لا يتيح للجيل الشاب بلوغ أهدافه، والتفكير بمستقبل آمن ومستدام، ليغرق في عالم ديستوبي مخالف ليوتوبيا المحتوى الافتراضي (الانسلاخ من الذات).

كما أن هنالك شريحة من الشباب تفضل استخدام اليوتيوب، لكسب المعارف والاستمتاع بمشاهدة الفيديوهات على اختلاف أحجامها، أو حتى لأغراض تجارية تؤمنها لهم الشركة الأم، بناءً على عدد المشتركين في قنواتهم الشخصية، ومعدل المشاهدات، والوصول.

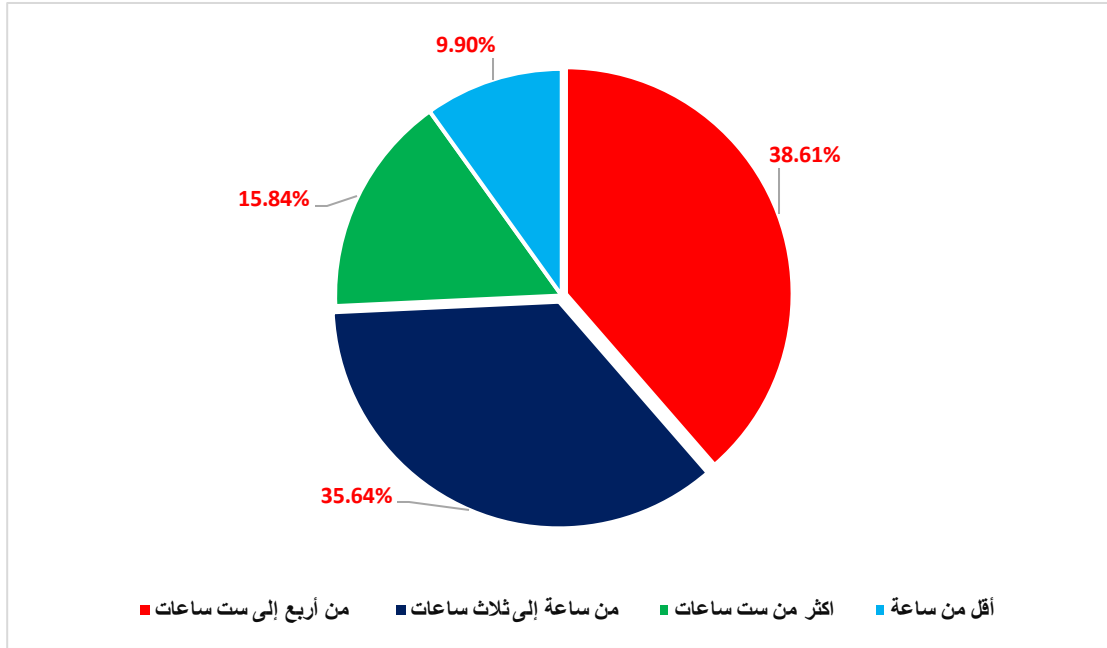
في حين يُستخدم تويتر (شبكة التدوينات الصغيرة) على نطاق ضيق، رغم جماهيرية التغريدات، وسلاسة النصوص التي تعمم على حساباتها، والمدعومة بوسوم إشارية، إلا أنها تنشط في وسط النخبة، والإعلاميين، وما يماثلهم، ممن يملكون غالباً أرقاماً دولية لتسجيل الحساب.

على الجهة الأخرى، وبينما يتجه معظم الأفراد لاستخدام الواتس آب للاتصال، فإن حظوظ استخدام التلجرام ينخفض رغم ميزاته العديدة، سيما ميزة إرسال فيديوهات بأحجام كبيرة، وتخصيص مجموعات تدريبية فعّالة من حيث طريق العرض، والاسترسال في التواصل المهني.

2) عدد ساعات الاستخدام اليومي لمنصات الإعلام الاجتماعي

38.61%	من أربع إلى ست ساعات
35.64%	من ساعة إلى ثلاث ساعات
15.84%	أكثر من ست ساعات
9.90%	أقل من ساعة

الجدول رقم (2)



الرسم البياني رقم (2)

تشير بيانات الجدول رقم (2)، أن النسبة الأعلى من عينة البحث تستخدم منصات الإعلام الاجتماعي لمدة زمنية تتراوح من أربع إلى ست ساعات بمعدل (38.61%)، في حين أن (35.64%) اختاروا من ساعة إلى ست ساعات، و(15.84%) من العينة يداومون على إدمان التطبيقات الإلكترونية دون تحديد معدل طول ساعات التصفح، ومعظم هؤلاء من العاطلين عن العمل أو ممن يعملون في الوسائل الإعلامية (وفقاً للبيانات الشخصية للمستبشرين/ات)، أما عن الفئة التي تخصص حيزاً زمنياً ضعيفاً من حياتها اليومية لمنصات الإعلام الاجتماعي، فتقدر فقط بـ(9.90%) من عينة البحث، وغالبيتهم ممن يعانون ظروفاً معيشية متدهورة، لا تعينهم لسد نفقات استخدام شبكة الإنترنت.

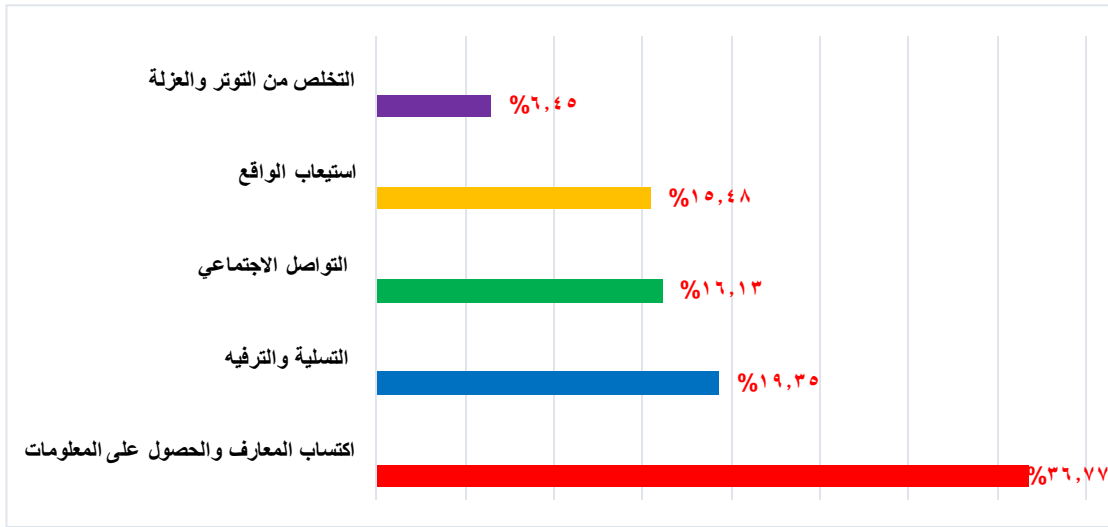
تجدر الإشارة هنا، إلى أنه ورغم ما تتمتع به منصات الإعلام الاجتماعي من ميزات إيجابية، إلا أنه وفي حال الأدمان على استخدامها دون ترشيد أو وعي لمدى الضرر الذي قد يلحقه، سيخلف تغييرات جسيمة، على طبيعة التواصل البشري، ولها آثاراً سلبية على الأصعدة كافة، حيث سيتحول الاستخدام المفرط إلى سلوك قهري، ينسحب على

مناحي الحياة، وسوية العلاقات الاجتماعية، وسلامي الصحة العقلية والنفسية، بل حتى على مستوى فهم الواقع الأصلي، الذي قد يصطدم فيه المستخدم بزيف المشاهد الخيالية المصطنعة؛ وبالتالي، من شأن ذلك أن يشعر الفرد بحالة من الاغتراب النفسي والثقافي.

3) دوافع استخدام الشباب لمنصات الإعلام الاجتماعي

36.77%	اكتساب المعارف، والحصول على المعلومات
19.35%	التسلية والترفيه
16.13%	التواصل الاجتماعي
15.48%	استيعاب الواقع
6.45%	التخلص من التوتر والعزلة
5.81%	كسر الروتين اليومي

الجدول رقم (3)



الرسم البياني رقم (3)

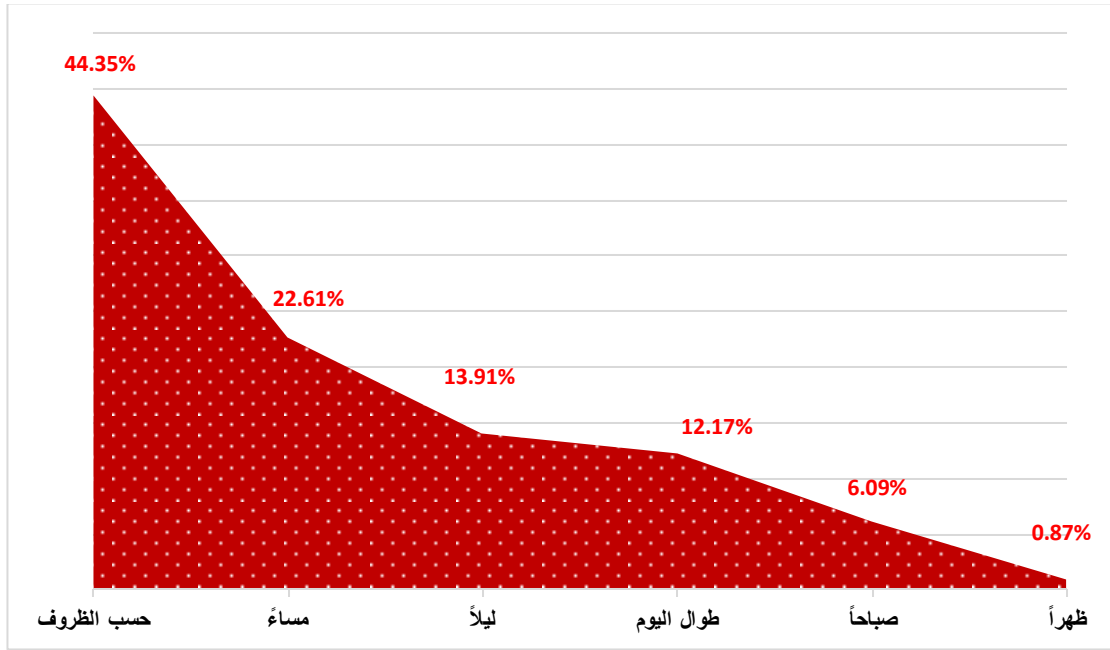
يتضح من خلال الجدول رقم (3) أن حاجة الشباب إلى اكتساب المعارف والحصول على المعلومات، والتشبع بمهارات إضافية في مجالات مختلفة، تنصدر قائمة دوافع استخدامهم لمنصات الإعلام الاجتماعي، حيث بلغ المعدل (36.77%)، وهذه النسبة قد تزداد أو تنخفض، وفقاً لسير الأحداث والمجريات، التي تمر بها المنطقة، سيما أنها قد تتحول مع الحشد الافتراضي للوقائع إلى قضايا رأي عام تثار بقوة.

ثم تأتي دوافع التسلية والترفيه، ورغبة المستخدم في التخلص من ضغوطات الحياة اليومية، وتحقيق الاسترخاء بنسبة (19.35%)، بينما (16.13%) من العينة المبحوثة تسعى للتواصل الاجتماعي مع المحيط العام كدوافع طقوسية، سيما الأصدقاء والأقارب وزملاء العمل، يليها رغبة المستخدمين في فهم واستيعاب الواقع، وإزالة الغموض تجاه الأحداث الطارئة والرائجة بمعدل (15.48%)، ومن ثم تأتي حاجة المستخدمين للتخلص من التوتر والعزلة، وكسر رتابة الروتين اليومي بنسبة (6.45%)، و(5.81%)، وهنا يجدون في الفضاء الإلكتروني ملاذاً آمناً من تراكم المشكلات، ونافذة للتعرف، وتأمين الراحة.

4) الأوقات المفضلة لاستخدام الشباب منصات الإعلام الاجتماعي يومياً

44.35%	حسب الظروف
22.61%	مساءً
13.91%	ليلاً
12.17%	طوال اليوم
6.09%	صباحاً
0.87%	ظهراً

الجدول رقم (4)



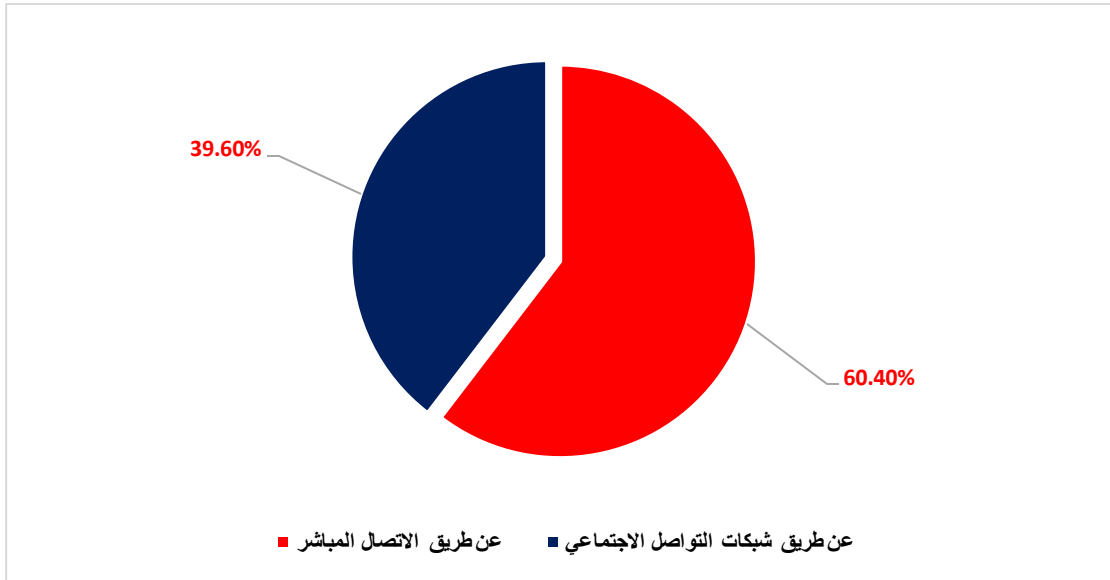
الرسم البياني رقم (4)

تبين نتائج الجدول رقم (4) تفضيل الشباب تصفح منصات الإعلام الاجتماعي حسب الظروف التي يجدونها الأنسب بالنسبة لهم، وتقدر بـ (44.35%)، في حين أن (22.61%) من العينة البحثية تستخدم المنصات الإلكترونية مساءً، و(13.91%) ليلاً، أي خارج ساعات العمل الصباحية والنهارية، بينما يدمن آخرون على تصفح منصات الإعلام الاجتماعي بنسبة (12.17%) طوال اليوم، دون الالتزام بفترات زمنية معينة أو قواعد إرشادية، وهذا ما له آثار نفسية، وصحية، ودراسية سلبية على المتصفح، ناهيك عن إضعاف الانتاجية، وسيادة الخمول والكسل عموماً، أما عن الأفراد الذين يفضلون استخدام الإنترنت ضمن أوقات الذروة، والنشاط (صباحاً، وظهراً)، فيقدرون بـ(6.09%)، و(0.87%).

5) الطرق التي يفضلها الشباب للتحدث مع الناس

60.40%	عن طريق الاتصال المباشر
39.60%	عن طريق منصات الإعلام الاجتماعي

الجدول رقم (5)



الرسم البياني رقم (5)

يوضح الجدول رقم (5) أن النسبة متقاربة - إلى حد ما - بين من يفضل التواصل مع الناس عن طريق الاتصال المباشر (وجهاً لوجه) (60.40%)، ومن يجد في منصات الإعلام الاجتماعي الخيار الأمثل للتواصل مع المحيط العام بمعدل (39.60%).

غالباً ما يؤدي تصاعد الرغبة لدى المستخدم في توظيف الفضاء الإلكتروني كبديل للتواصل البشري، يؤدي إلى ارتدادات سلبية في البنية القيمية، تُفقد على إثرها العلاقات الاجتماعية سمات التفاعل، والاستقلالية الشخصية، وتؤثر حتى على نمط التنشئة الاجتماعية التي تزود الأفراد بمنظومة غنية من القيم، والمعايير، والمعتقدات المساهمة في تشكيل الأنماط الأساسية في الثقافة، والأدوار والأعراف التي يتطلبها المجتمع، وفقاً ما تثبته "نظرية التعلم الاجتماعي".

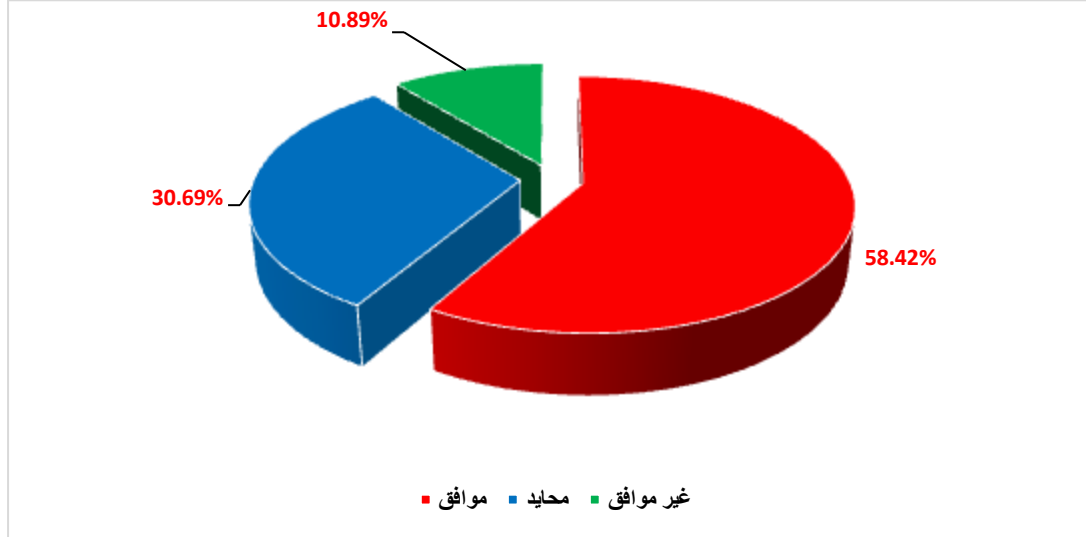
كما تنجح منصات الإعلام الجديد - إلى حد بعيد - في اختيار زوايا عاطفية منتقاة بعناية، من مواضيع تثير غرائز الجمهور، باعتبار أن أقرب سبيل للهيمنة على عقل المستخدم هي الوصول إلى قلبه.

يشير خالد أحمد (مستشار، ومدرب إعلام اجتماعي) في إحدى المناظرات التلفزيونية عن استخدامات المنصات الاجتماعية إلى أن مسألة الانتقال من الواقع الفعلي إلى الافتراضي هي مسألة قناعات، وضعف أو قوة شخصية المستخدم الشاب هي الفيصل، فحسب وجهة نظره، كلما قل احترام الفرد لذاته، واتصف مناخه العام بالاضطراب وعدم الاستقرار، زاد تماهيه مع المحتوى المعروض على منصات الإعلام الاجتماعي، حتى وإن كان يعلم بأن ما يتلقاه من مضامين قد تُخدم أجندات مخالفة لمعتقداته.

6) تنسب منصات الإعلام الاجتماعي في إهمال العلاقات الاجتماعية مع الأسرة والأصدقاء

موافق	58.42%
محايد	30.69%
غير موافق	10.89%

الجدول رقم (6)



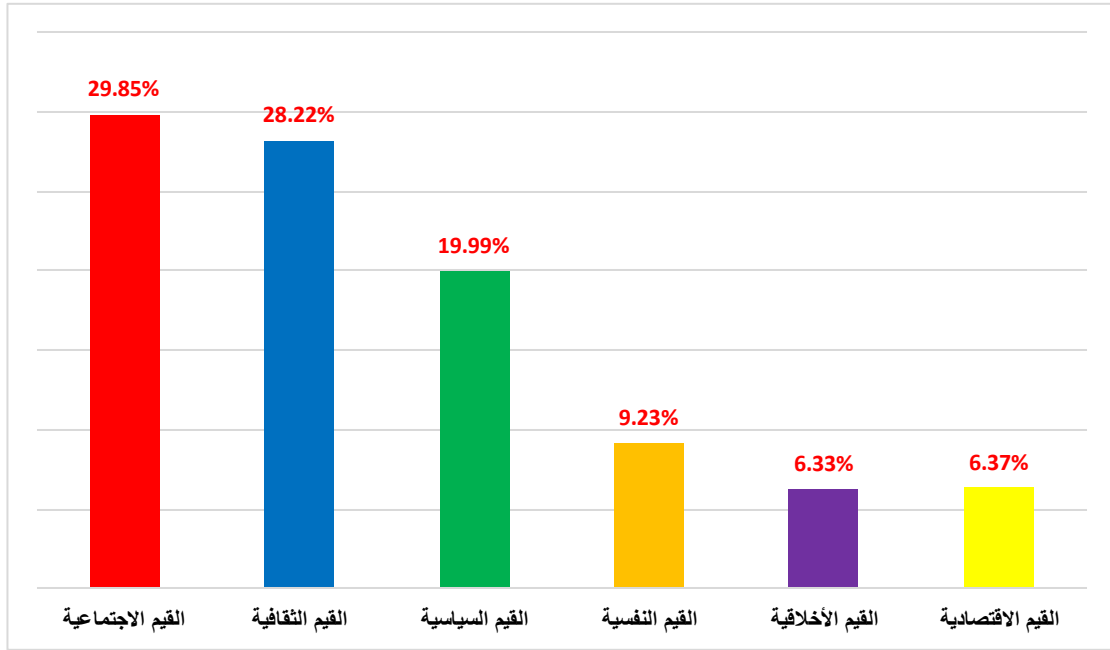
الرسم البياني رقم (6)

يتبين في ضوء بيانات الجدول رقم (6)، أن المعدل الأعلى من الشباب يتفقون على الآثار السلبية التي يخلفها استخدام منصات الإعلام الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وما ينتج عنها من إهمال التواصل مع الأسرة والأصدقاء، ونسبتهم (58.42%)، وهؤلاء يؤكدون على صفة "التفاسل الاجتماعي" التي باتت تخيم على المجتمعات، فقد شتت أفراد الأسرة، وسجنتهم في عالم افتراضي انتهكت فيه الخصوصية، والأديبات الأخلاقية، وضربت العادات، والتقاليد المتوارثة، فضلاً عن تدمير العلاقات الزوجية. تقول هنا "سيلفي بروتاسييف"، عالمة النفس والمحللة النفسية: "تقليل قيمة الذات هو شكل من أشكال البحث عن الطمأنينة والراحة، نريد من الآخرين أن يشفقوا علينا ويساعدونا وبجونا، نحاول أيقاظ شعور أبوي لدى الآخرين، افتقرنا إليه في طفولتنا بحثاً عن الطمأنينة، لكن الراحة التي نحصل عليها مؤقتة"، بالضبط هذا ما يمر به كثير من المستخدمين/ات أثناء بحثهم عن منافذ إلكترونية تخفف عنهم عبء ضغوطات الحياة. في حين يجد (30.69%) من العينة أنها قد تحمل الوجهتين (السلبية أو الإيجابية) للاستخدام الرقمي، فأما أن تعزل الفرد عن بيئته الاجتماعية، أو توّطد وتعزز العلاقات الاجتماعية، وأصحاب هذا الرأي يتفقون على أن الأمر برمته يتوقف على سوء أو حسن استخدام الشباب للمنصات الرقمية، أي على ما يتمتع به من وعي، وتعليم، وتربية، بينما (10.89%) لا يوافقون على دور المنصات الرقمية في إهمال العلاقات الاجتماعية، ويُرجعون السبب في ذلك إلى دورها الجوهرية في ردم العوائق الزمنية والجغرافية بين الأفراد والجماعات، وإمكانية كسب أصدقاء جدد من جنسيات وهويات مختلفة، أو الوصول إلى أصدقاء قدامى فقدناهم منذ زمن طويل.

7) القيم التي يكتسبها الشباب أثناء استخدامه لمنصات الإعلام الاجتماعي

29.85%	القيم الاجتماعية
28.22%	القيم الثقافية
19.99%	القيم السياسية
9.23%	القيم النفسية
6.33%	القيم الأخلاقية
6.37%	القيم الاقتصادية

الجدول رقم (7)



الرسم البياني رقم (7)

تُظهر نتائج الجدول رقم (7)، أن القيم الاجتماعية تصدر لائحة القيم التي يكتسبها الشباب، نتيجة استخدامهم منصات الإعلام الاجتماعي بنسبة (29.22%)، يليها القيم الثقافية (28.22%)، ثم القيم السياسية (19.99%)، وتبعاً القيم النفسية (9.23%)، والقيم الأخلاقية (6.33%)، وأخيراً القيم الاقتصادية بمعدل (6.37%).

في الصفحة التالية لائحة لأهم القيم (الاجتماعية، والثقافية، والسياسية، والنفسية، والأخلاقية، والاقتصادية) التي يكتسبها الشباب أثناء استخدامهم منصات الإعلام الاجتماعي.

ما القيم السياسية الإيجابية التي تكتسبها أثناء استخدامك لمنصات الإعلام الاجتماعي؟

المشاركة السياسية	29.09%
المساواة	28.18%
الحرية	21.82%
الانتماء	20.91%

ما القيم الاجتماعية الإيجابية التي تكتسبها أثناء استخدامك لمنصات الإعلام الاجتماعي؟

الصدقة	37.19%
مساعدة الآخرين	23.97%
الإحساس بالمسؤولية	23.14%
الاحترام	15.70%

ما القيم الاقتصادية الإيجابية التي تكتسبها أثناء استخدامك لمنصات الإعلام الاجتماعي؟

ترشيد الاستهلاك	52.48%
التعاون المالي	26.73%
تحقيق الربح المادي	20.79%

ما القيم النفسية الإيجابية التي تكتسبها أثناء استخدامك لمنصات الإعلام الاجتماعي؟

التخلص من العزلة	29.60%
الطموح	20.00%
تحقيق الذات	18.40%
المؤانسة	16.00%
الإبداع	16.00%

ما القيم الثقافية الإيجابية التي تكتسبها أثناء استخدامك لمنصات الإعلام الاجتماعي؟

معرفة ثقافة الشعوب	37.76%
تعلم اللغات	22.38%
معرفة بالعادات والتقاليد	18.18%
محايد	11.19%
الاقتداء بشخصيات أدبية مؤثرة	10.49%

ما القيم الأخلاقية الإيجابية التي تكتسبها أثناء استخدامك لمنصات الإعلام الاجتماعي؟

الود والألفة	39.20%
الصدق	22.40%
العدل	19.20%
الأمانة	12.00%
الكرم	7.20%

بينما كانت المعلومة - حتى وقت قريب - ملكاً للمؤسسات، وصناع القرار، إلا أننا كجمهور متلقين للمحتوى الرقمي أصبحنا عنصراً إيجابياً في العملية الاتصالية، أي تمكنت المنصات الاجتماعية من قلب المعادلة، فأنتقل الجمهور من مستقبل إلى منتج للمحتوى (الجمهور هو القائد)، وبتنا قادرين على التواصل مع صناع القرار والتعبير عن آرائنا، وهمومنا، وإيصال أصواتنا إلى المعنيين على الملأ، وهذا ما ساعد حتى المؤسسات، والمنظمات المعنية على استشعار اهتمامات المستخدمين حول قضية ما، إلى جانب ابتكارها اليوم أدوات لإحداث التغيير السياسي، وكسر حاجز الخوف، والإفصاح عن مكنونات الذات.

أي يمكننا القول هنا، بناءً على استجابة المبحوثين/ات، أن منصات الإعلام الاجتماعي، هي أدوات تمكين ذاتي وجمعي للأفراد والجماعات، ومنصة للفئات المهمشة لإيصال صوتها إلى العالم.

تعلق "روز علي" وهي باحثة في الشؤون النفسية والاجتماعية على الموضوع، فتقول: "تمكّنت هذه المواقع في جذب كافة الفئات العمرية وخاصة فئة الشباب، التي تتأثر بالقيم والسلوكيات والمضامين التي تقدمها هذه المواقع، سواء كانت إيجابية أو سلبية، لأنها تسعى نحو التغيير المستمر، من خلال تحصيل العلم، ومحاولة التقليد واتباع العادات، والخروج عن المألوف، ومن هنا يمكن معرفة مدى تأثير هذه المواقع على منظومة القيم وسلوكيات وانفعالات وطريقة التفكير لدى الشباب اليوم، ولا يمكن إنكار دورها الإيجابي في تحقيق الذات وتبادل الخبرات والآراء والتعلم من المحيط، والانطلاقة نحو العالم الخارجي، إلى جانب الترفيه والتسلية، اللذان يعتبران الدافع الأول والأساسي للشباب لاستخدام هذه المواقع".

8) الآثار السلبية الناتجة عن استخدام الشباب لمنصات الإعلام الاجتماعي

الاغتراب التقايي	
34.65%	محايد
31.68%	موافق
30.69%	غير موافق

الجدول رقم (9)

العزلة الاجتماعية	
55.45%	موافق
22.77%	غير موافق
19.80%	محايد

الجدول رقم (8)

تقمص وتقليد سلوك غير مقبول اجتماعياً	
42.57%	موافق
30.69%	محايد
26.73%	غير موافق

الجدول رقم (11)

احتلال الشخصية والانطوائية	
39.60%	موافق
32.67%	محايد
26.73%	غير موافق

الجدول رقم (10)

الاستغراق والضياع في عالم الخيال	
54.46%	موافق
25.74%	محايد
19.80%	غير موافق

الجدول رقم (13)

تفكك العلاقات الأسرية	
42.57%	موافق
29.70%	محايد
27.72%	غير موافق

الجدول رقم (12)

انتحال الشخصية	
43.56%	محايد
32.67%	موافق
22.77%	غير موافق

الجدول رقم (15)

الإدمان وضياع الوقت	
56.44%	موافق
27.72%	محايد
15.84%	غير موافق

الجدول رقم (14)

اكتساب معارف ومعلومات خاطئة	
38.61%	موافق
35.64%	محايد
24.75%	غير موافق

الجدول رقم (17)

الابتزاز والتهديد والتجسس	
44.55%	محايد
34.65%	موافق
20.79%	غير موافق

الجدول رقم (16)

انتشار التمر والتنميط	
موافق	49.50%
محايد	26.73%
غير موافق	22.77%

الجدول رقم (19)

اختلال الصحة العقلية والنفسية	
موافق	36.63%
محايد	33.66%
غير موافق	26.73%

الجدول رقم (18)

تأصيل السلوك الاستهلاكي	
محايد	35.64%
موافق	32.67%
غير موافق	30.69%

الجدول رقم (21)

زرع التفكير السطحي	
موافق	38.61%
محايد	35.64%
غير موافق	25.74%

الجدول رقم (20)

اكتساب السلوك العدواني	
محايد	36.63%
غير موافق	34.65%
موافق	28.71%

الجدول رقم (22)

تشير نتائج الجداول أعلاه، إلى الآثار السلبية لاستخدام الشباب لمنصات الإعلام الاجتماعي على الأصدقاء (النفسية، والاجتماعية، والثقافية، والفكرية، والمعرفية، وحتى الأمن الشخصي).

من هنا، يمكننا أن نلمس في محيطنا الارتدادات العميقة الناتجة عن الاستخدام السلبي للتقنية الإلكترونية الحديثة، بدءاً بتراجع الانتاجية، وهيمنة الكسل، والحمول على العديد من مرافق العمل، ومروراً بالعزلة الاجتماعية، والاكتئاب الناتج عن فصل المتصفح عن واقعه الأصلي، وإغراقه في عالم الخيال والأوهام والخرافات، ليصبح الواقع المعاش مصطنعاً، والصورة النرجسية المثالية التي تقدمها منصات الإعلام الاجتماعي الافتراضية هي السائدة، وهذا ما نسميه بـ"الصدمة الإلكترونية"، وغالباً ما تخلف وراءها تهديدات جمة، تؤثر على استقرار العلاقات الأسرية، وسلامة الصحة النفسية والعقلية لدى المتلقي، قد تدفع البعض إلى التفكير بالانتحار، أو إصدار أنماط سلوكية عنيفة تهدد الذات، والدائرة المحيطة به.

أضف إلى ذلك، سيؤدي الدور السلبي لبعض المنصات الإلكترونية الوهمية، التي توظف منصات الإعلام الاجتماعي لاستدراج الشباب، ودفعهم لارتكاب أعمالاً إرهابية مقابل مبالغ مالية، أو عبر استغلال تدهور حالته النفسية، بالطبع هذا ما يسود بقوة في البيئات المهمشة والفقيرة، التي تفتقر لأدنى سبل العيش، من موارد مالية مستقرة، وتعليم، وصحة، ومرافق ترفيه، ومساحات خضراء، حيث ينقاد فيها الشباب بصورة لا إرادية، ويفقد إمكانية أن يكون لنفسه رأياً مستقلاً حول القضايا الهامة مع تكرار المادة، وتنوع أشكال العرض، وتحويل الأمور الهامشية إلى بؤرة اهتمام، يأتي كل

هذا في ضوء تصاعد معايير "الترند" على الصفحات الزرقاء على حساب المعايير الأخلاقية، سيما تلك التي تحرض على الكراهية، والتجيش ضد فئة اجتماعية بعينها.

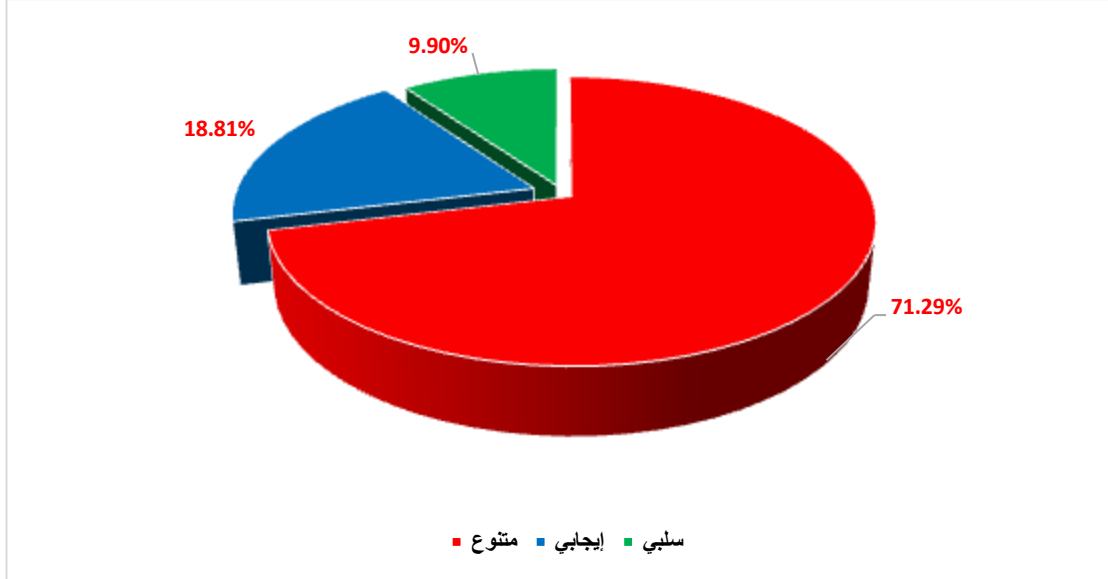
من جهتها تضيف الباحثة النفسية والاجتماعية روز علي، أضراراً إضافية إلى استخدام الشبكات الاجتماعية، فتشير إلى انعكاساتها السلبية على الصحة النفسية والتفاعل الاجتماعي، وتقول: "من المعروف أن الاستخدام المفرط، يؤثر بشكل كبير على مستوى الاتصال والمشاركة مع أفراد الأسرة داخل المنزل، ويقلل من مقدار التواصل الاجتماعي في المحيط الذي ينتمون إليه. إضافة إلى أنه يؤدي إلى حالات من الاكتئاب والقلق والوحدة والعزلة الاجتماعية، وتؤثر هذه المواقع سلباً على الجانب المعرفي، وطرق التفكير في التعامل مع متغيرات الحياة، والتي من شأنها تعزيز القيم الفردية بدلاً من القيم الاجتماعية، وقيم العمل الجماعي المشترك، الذي يمثل عنصراً هاماً في ثقافة المجتمع. أما النقطة الأهم التي يجدر بنا تسليط الضوء عليها، هي الإدمان وقضاء الوقت الطويل في تصفّحها، حيث تعمل هذه المواقع على تشتيت ذهن وأفكار الشباب، ليحولهم بذلك إلى مجرد متابعين سلبيين للأحداث، وأشخاص كسولين، غير قادرين على القيام بواجباتهم اليومية والمهنية والأكاديمية".

مع الحرب السورية التي اجتازت عقداً من الزمن، تكابد مناطق الإدارة الذاتية - كغيرها من الجغرافية السورية - عناء مخلفات الحرب، التي أبعدت مئات الآلاف من الشباب عن مقاعد الدراسة، واضطر كثير للعمل في مهن شاقة أو التطوع في صفوف الفصائل المسلحة لإعالة أسرهم، بعد أن كان سقف طموحاتهم قبل الحرب أعلى بكثير من الواقع المعاش حالياً.

9) نمط التغيير الذي تحدته منصات الإعلام الاجتماعي على الشباب

متنوع	71.29%
إيجابي	18.81%
سلبى	9.90%

الجدول رقم (23)



الرسم البياني رقم (23)

يتضح من خلال الجدول (23)، أن شكل التغيير الذي تحدته منصات الإعلام الاجتماعي على النسق القيمي للشباب، هو تغيير مثبت، يتنوع بين الإيجاب والسلب، ونسبة أصحاب هذا الرأي (71.29%)، في حين أن (18.81%) من الشباب يؤمنون بالدور الإيجابي للشبكات الاجتماعية في إحداث التغيير الهادف على المستوى الشخصي أو المجتمعي، فيُجمعون على دورها الهام في التطوير الذاتي (المهني، والرياضي)، والبحث عن الوظائف وتأمينها، وإظهار الحقائق، وكشف المستور لدرجة أصبح لها حتمية، لا يمكننا الاستغناء عنها، في المقابل (9.90%) من العينة الشابة تخالف الرأي السابق، وتجد في استخدامها للتطبيقات الاجتماعية تأثيراً هداماً تقتل عقول المتلقين واجتماعيتهم، وتستنزف الطاقات، وتوجه الشباب إلى مسار يتماهى مع مصالح القائمين على "السوشل ميديا"، وبالتالي يولد شراً في المجتمع، وتنثر الفرقة، وتزيد من العزلة والتوتر الناتج عن الادمان، إلى جانب المعارف الخاطئة والمعلومات الكاذبة التي يتلفقها الجمهور من الفضاء الرقمي، وانتشار الجريمة الإلكترونية، من قذف وتشهير وتنمر ونشر الحسابات الوهمية لخطاب الكراهية والأفكار الهدامة، وتدمير الوعي، والانحلال الأخلاقي وتعزيز التطفل، والتجسس، والنميمة، واختراق خصوصية الآخرين، ناهيك عن تفسير المتلقي الشاب للرموز المتضمنة في المحتوى المعروض في إطار المدركات المخترنة في العقل، والتي تسقط دلالتها المختلفة على الرموز التي يتعرض لها، فيفسرها في هذا النحو الذي يطلق عليها "الإطار الدلالي".

النتائج: بناءً على ماسبق تقديمه، تم التوصل إلى جملة من النتائج:

- 1- يتصدر الفيسبوك قائمة منصات الإعلام الاجتماعي المفضلة للشباب، يليها على التوالي واتس آب، وانستجرام، وتيك توك، ومن ثم يوتيوب، وتويتير، وأخيراً التلجرام.
- 2- غالبية الشباب يقضون من (أربع إلى ست ساعات)، أو من (ساعة إلى ثلاث ساعات) في استخدام منصات الإعلام الاجتماعي، تليها الفئة التي تداوم أكثر من ست ساعات، وأقلها تتصفح المنصات الاجتماعية الرقمية بمدة زمنية تقل عن ساعة واحدة.
- 3- من أهم دوافع استخدام الشباب لمنصات الإعلام الاجتماعي، اكتساب المعارف والمعلومات عن قضايا معينة، تليها الحاجة إلى الترفيه عن النفس والتسلية، والتواصل الاجتماعي، واستثمار العالم الافتراضي لفهم الواقع واستيعاب أحداثه، ومن ثم تأتي حاجة البعض إلى التخلص من التوتر والعزلة، وأحياناً أخرى كسر نمطية الحياة اليومية، وروتين مجرياتها.
- 4- أفضل الأوقات التي يختارها الشباب لاستخدام منصات الإعلام الاجتماعية، تكون وفقاً للظروف الملائمة لهم، ومن ثم تأتي فترة المساء، ومن بعدها ليلاً، وآخرون يفضلون الإبحار في المنصات الرقمية طوال اليوم، وآخرون في فترتي الصباح والظهر.
- 5- النسبة متقاربة -إلى حد ما - بين من يفضل التواصل مع المحيط عن طريق الاتصال المباشر، وبين من يختار الاتصال الرقمي عن طريق منصات الإعلام الاجتماعي.
- 6- معظم الشباب يتفوقون على دور منصات الإعلام الاجتماعي في إهمال العلاقات الاجتماعية مع الأسرة والأصدقاء، في حين هنالك الرأي الوسطي، الذي يجد في التواصل الرقمي تعزيزاً، وأيضاً انحذاراً للعلاقات الاجتماعية، والأسرية، على خلاف الرأي الأقل نسبة، والذي لا يوافق على الدور السلبى لمنصات الإعلام الاجتماعي في إحداث شرخ للعلاقات الاجتماعية.
- 7- تتصدر القيم الاجتماعية كـ (الصدقة، ومساعدة الآخرين، والإحساس بالمسؤولية، والاحترام) قائمة القيم التي يكتسبها الشباب من منصات الإعلام الاجتماعي، يليها القيم الثقافية (معرفة ثقافة الشعوب، وتعلم اللغات، ومعرفة بالعادات والتقاليد، والابتداء بشخصيات أدبية مؤثرة)، والقيم السياسية مثل (المشاركة السياسية، والمساواة، والحرية، والانتماء)، والقيم النفسية (التخلص من العزلة، والطموح، وتحقيق الذات، والمؤانسة، والإبداع)، ومن ثم تأتي القيم الأخلاقية (الود والألفة، والصدق، والعدل، والأمانة، والكرم)، وأخيراً القيم الاقتصادية (ترشيد الاستهلاك، والتعاون المالي، وتحقيق الربح المادي).
- 8- من الآثار السلبية الناتجة عن استخدام الشباب لمنصات الإعلام الاجتماعي (سيما المدمنين منهم): 1) العزلة الاجتماعية 2) الاغتراب الثقافي 3) احتلال الشخصية وسيادة الانطوائية، 4) تقمص أنماط سلوكية غير مقبولة اجتماعياً 5) تفكك العلاقات الأسرية 6) الاستغراق والضياع في عالم الخيال 7) الإدمان وضياع الوقت 8)

انتحال الشخصية، والابتزاز والتهديد والتجسس (9) التزود بمعلومات ومعارف خاطئة (10) اختلال الصحة العقلية والنفسية (11) انتشار التنمر والتنميط، وزرع التفكير السطحي (12) تأصيل السلوك الاستهلاكي (13) اكتساب السلوك العدواني.

9- معظم الشباب يجدون أن تأثير منصات الإعلام الاجتماعي عليهم (سليبي، وإيجابي)، بينما تليها الآراء الإيجابية، ومن ثم تأتي الآراء السلبية.

التوصيات: يمكننا الاستناد على النتائج، للخروج بجملة من المقترحات:

1- تعزيز دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية (الأسرة، والمؤسسات التعليمية، والدينية، والتوعوية، والأصدقاء..) في غرس القيم الإيجابية الراسخة لقواعد أخلاقية متينة في شخصية الشباب.

2- تطوير البنية التعليمية والتربوية هي من أفضل الحلول لتأصيل الرؤية النقدية تجاه أي محتوى.

3- تضمين المناهج والمقررات الدراسية مواداً عن أخلاقيات استخدام منصات الإعلام الاجتماعي، ومعاييرها، لإكساب الشباب أساليب سليمة في التعامل الإلكتروني، والمواطنة الرقمية.

4- تكييف إجراء الدراسات والبحوث، التي تحلل النسق القيمي الناتج عن استخدام الشباب لمنصات الإعلام الاجتماعي، وآثارها على الأداء العلمي، والأنماط السلوكية.

5- الإشادة بالدور الهام لوسائل الإعلام في توعية الشباب بأفضل الطرق لاستخدام منصات الإعلام الاجتماعي بشكل إيجابي، وفتح قنوات للتواصل مع المستخدمين، من باب استثمار طاقات الشباب، ومواهبهم، وتعميم قصص النجاح إلكترونياً ليقفتم بهم الآخرون.

6- تشجيع هيئة الشباب والرياضة التابعة للإدارة الذاتية للشباب من خلال إقامة الأنشطة الترفيهية، والعلمية، والرياضية، التي تعزز التماسك والصدقة بينهم، وتخلصهم من شوائب المنصات الرقمية.

7- دور منظمات المجتمع المدني، والمؤسسات العلمية المختصة في تنظيم الدورات التأهيلية، التي تعزز في شخصية الشباب الحس النقدي، والمسؤولية الاجتماعية لتحليل، والشك في أي محتوى يعرض على المنصات الرقمية.

8- استقطاب الخبراء والمختصين الإعلاميين، والنفسيين، والباحثين في العلوم الاجتماعية لإطلاق منصات رقمية تستهدف الشباب، وباقي الفئات العمرية بمضامين علمية جذابة تشبع الحاجات، والدوافع المتنوعة.

9- إحاطة الشباب بأهم الأدوات للإبلاغ عن الجهات المتورطة في الجرائم الإلكترونية من تجسس، وتهديد، وانتحال، وابتزاز.

10- توعية الشباب بأساليب الكشف عن المحتوى الملقق، وتقصي الحقائق، وتعميم التربية الإلكترونية.

11- إخضاع المستخدمين الشباب للعلاج النفسي، للتخلص من أضرار استخدام الاعلام الاجتماعي، والاندماج في العلاقات الاجتماعية، ناهيك عن توفير فرص العمل للعاطلين.

12- تخصيص برامج توعوية عن المخاطر الأخلاقية، والاجتماعية، الناجمة عن استخدام الشباب لمنصات الإعلام الاجتماعي.

13- إطلاق منصات إلكترونية محلية، مهمتها التحليل والتمحيص النقدي للمحتوى المعمم على منصات الإعلام الاجتماعي، من نصوص وصور وفيديوهات، وإحاطة المتصفح بطرق التأكد من صحة المعلومات.

المراجع:

- (1) ياسر عبد العزيز، "إعادة تعريف الإنترنت"، الموقع الإلكتروني لصحيفة الشرق الأوسط، تاريخ النشر 17 يناير/ كانون الثاني 2022، تاريخ الاسترجاع 19 يناير/ كانون الثاني 2022، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/v6qCD>
- (2) عامر إبراهيم قنديلجي، "البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية"، الأردن، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2008، ص 129.
- (3) "Kaplan, A.M, Haenlein, M, (2010) Users of the world, unite! the challenges and opportunities of Social Media, Journal of Business Horizons, 53 (1), pp. 59-68.
- (4) فايز خضر بشير، "منظومة القيم في المجتمع الفلسطيني بين كبار السن والشباب دراسة مقارنة"، فلسطين: أريحا، مجلة جامعة الاستقلال، مج 4، ع 2، ص 6.
- (5) القيم السياسية (أنواع وأمثلة)، موقع WARBLETONCOUNCIL، تاريخ الاسترجاع 22 يناير/ كانون الثاني، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/IRlQJ>
- (6) + (7) مرجع سابق.
- (8) بجلاء الجمال، 2018، "دور الإعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب دراسة تطبيقية على الشباب المصري"، الجزائر: مستغانم، جامعة عبد الحميد بن باديس، المجلة الدولية للاتصال الجماعي، مج 5، ع 3، ص 18.
- (9) ماهي القيم الاجتماعية والإنسانية؟، موقع مفاهيم، تاريخ النشر 20 أغسطس / آب، تاريخ الاسترجاع 29 يناير/ كانون الثاني، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/eu1Pq>
- (10) إيهاب خليفة، "ملامح التحول نحو الجيل الجديد للشبكات الاجتماعية، موقع المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، تاريخ النشر 12 مايو / آيار 2020، تاريخ الاسترجاع 25 يناير/ كانون الثاني، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/RYuOb>
- (11) شريف عبد العزيز، "منظومة القيم وأثرها في بناء المجتمعات وانحيارها"، موقع الخطباء، تاريخ النشر: 18 نوفمبر / تشرين الثاني، تاريخ الاسترجاع 2 فبراير / شباط 2022، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/JQ7JZ>
- (12) عادل عبد الصادق، "قيم وسلوك الشباب في عصر الشبكات الاجتماعية"، موقع مركز سميت للدراسات، تاريخ النشر: 2 يناير/ كانون الثاني 2019، تاريخ الاسترجاع 25 يناير / كانون الثاني 2022، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/VEf8t>

- (13) محمد سعيد اخريف، "الشباب وأزمة القيم"، مدونات الجزيرة، تاريخ النشر: 4 مايو/ آيار 2017، تاريخ الاسترجاع 5 فبراير/ كانون الثاني، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/xY3YN>
- (14) نظرية وضع الأجنده، موقع ميماس، تاريخ الاسترجاع 24 يناير/ كانون الثاني 2022، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/IRjM3>
- (15) sonia Livingstone,(2008),Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression, New Media & Society,2008, Avilable at: <https://cutt.us/vKJBu>
- (16) Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press, New York, 2006, P.241
- (17) يوسف جمال، "نظرية الشبكات الاجتماعية، علوم الإعلام والاتصال، تاريخ الاسترجاع 21 يناير / كانون الثاني 2022، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/B8hHi>
- (18) نظرية المجال العام، موقع عربي، تاريخ الاسترجاع 3 فبراير/ شباط 2022، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/E2qIw>