دور وسائل التواصل الاجتماعي
في ترسيخ قيم الفردانية

د. محمد الحبيب
مشرف تربوي بوزارة التربية الوطنية بالمغرب
حاصل على شهادة الدكتوراه في مجال تحليل الخطاب الإعلامي
كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة ابن زهر، أكادير
المغرب

أولا: المقدمة:

1الاشكالية:

شكل تصاعد قيم الفردانية في المجتمعات المعاصرة مثار جدل واسع، لأنها تمثل ذروة الصراع القيمي المتمثل في تصادم و صراع قيم الفرد و قيم المجتمع، إن ظاهرة " طغيان الفرد" تعد تحولا قيميا ساهمت فيه عوامل اجتماعية و سياسية و التي تختلف من بلد إلى أخر، و من بين العوامل المشتركة الثورة الاعلامية الهائلة، خاصة ما يرتبط بوسائل التواصل الاجتماعي، حيث تعتبر هذه الوسائط و الحوامل الأكثر استعمالا و خاصة في صفوف الشباب، هذه الفئة التي تعد ضمن " الفئات الغير المحصنة" ضد الرسائل القيمية، على اعتبار أن علاقة وسائل الاعلام بالقيم تنقسم إلى ثلاثة أنواع: فهي إما معززة للقيم المجتمعية الموجودة أصلا أو مرسخة لقيم جديدة أو أنها مغيرة و محرفة للقيم الموجودة، بغض النظر طبعا عن طبيعة هدة القيم (هل هي سلبية أم ايجابية)، و من المؤكد أن وسائل التواصل الاجتماعي منحت هامشا كبيرا و أتاحت للباحثين عن توسيع هامش الحريات الفردية فرصا كبيرة لنشر و ترويج أفكارهم مما ساعد على جلب المزيد من المريدين و الدعاة للحريات الفردية، و كسبوا أيضا متعاطفين كثر، و لا يخفى على أي متتبع الأهمية التي تحظى هذه الوسائل بالنظر إلى الإقبال المتزايد عليها، كما لا يخفى أيضا التأثير الكبير لهذه الوسائل على القيم، هذا التأثير الذي تمت دراسته من قبل العديد من الباحثين و من بين ما توصلوا إليه ما يسمى ب " الانتشار بالنماذج الإدراكية" و حسب الأستاذ هشام مكي فإن: " أن هذا الإقبال راجع لما يسميه " الانتشار بالنماذج الإدراكية" ومفاده أن الصور الإعلامية تنشئ نموذجا إدراكيا خاصا عند المشاهدين، يتوسط إدراكهم للعالم والموجود، عبر نظام خاص من القيم والمواقف لإدراك الوجود، وهذا النموذج الإدراكي يتيح – عبر تعميم نظام قيم وتفصيلات خاص – التقبل المباشر لكل منتجات الاتصال التقنية" [1]، و من هذا المنطلق برزت اشكالية هذه الورقة البحثية المتمثلة في: **كيف ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في ترسيخ و تعزيز قيم الفردانية؟**

2المنهجية:

وستتم الإجابة عن هذا السؤال عن طريق اعتماد المنهجية التالية:

- الوصف ثم تحليل الظاهرة؛
- تأطير نظري لموضوع البحث؛
- استمارة مبسطة للبحث لتجميع معطيات أخرى ميدانية حول الظاهرة؛
- خلاصات وتوصيات؛

3- مفاهيم:

أ- الإعلام:

عرفه سامي ذبيان بأنه: "هو تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحافي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديرة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، نقلها، التعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها"[2]

كما يعرفه الألماني المتخصص في شؤون الإعلام (أوتوجروت) بأنه: "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت "[3]

ويعرف الإعلام أيضا بكونه تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات والحقائق، التي تمكنه من تكوين رأي في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات[4].

ب- الاعلام الجديد:

الإعلام الجديد مفهوم في طور التشكل، سواء لجدته على الحقل الأكاديمي، وما يصاحب ذلك من اشكالات معرفية؛ أو لتوسع دلالاته وتغيرها المستمر نظرا لعدم تحدد ما يشير إليه في أرض الواقع، وأقصد هنا التطورات التكنولوجية الحثيثة التي يعرفها الإعلام الجديد، والذي ارتبط مفهومه بداية باعتماد العمليات الإعلامية على الوسائط الرقمية للحاسوب و تطبيقاته، ليستدمج المفهوم فيما بعد مفاهيم التفاعلية، و المشاركة في صنع الخبر و إذابة الفوارق بين المنتج و المستهلك.

ويأخذ الاعلام الجديد أسماء متعددة مثل: الإعلام البديل، الإعلام الاجتماعي، وصحافة المواطن، والإعلام الرقمي والإعلام التفاعلي، والإعلام الشبكي، وإعلام الوسائط المتعددة وإعلام الوسائط الفائقة... غير أنه لابد من الاشتغال لا حقا على هذه التسميات، لتجلية الخلط القائم بينها، حيث إن كل اسم يستأثر ببعض الخصائص عن الأسماء الأخرى ويشير إلى عناصر بعينها في الإعلام الجديد [5].

ت- القيم:

يختلف مفهوم القيمة حسب السياق الذي تستعمل فيه، و كذا حسب المجالات المعرفية، فمعنى القيمة في الفلسفة يختلف عن معناها في علم الاجتماع و هكذا الشأن في باقي المجالات، يقول في هذا الصدد الدكتور عباس الجراري " والقيم بهذا إدراك معرفي وإرادة نفسية يتدخل فيهما العقل والشعور ليتبلورا في ممارسات يجلّيها الواقع عبر السعي إلى تحقيق غايات معينة، وفي معايير ثابتة ومقاييس موضوعية تحكمها تعاليم ملزمة، وتوضحها تطبيقات منضبطة، وترسخها تقاليد متداولة؛ لكن دون التجرد من فعل الذات بكل ما يعمل فيها من مؤثرات تتدخل في التمييز، ثم في توجيه الرغبات؛ مما يعكس مدى الالتزام بما تفرده تلك المعايير والمقاييس وما لها من سلطة، كما يعكس رد فعل الآخرين تجاه هذا السلوك؛ ومما يثير في النهاية معادلة ثنائية بين ما هو فردي وما هو جماعي، ثم بين ما هو ظاهر وما هو باطن، وكذا بين ما هو صواب وما هو خطأ"[6]

ج. الحريات الفردية:

الحرية لغويًا: معناها القدرة على قيام الفرد بأداء ما يريد وما يشاء دون أي موانع تحد من ذلك، وأيضًا هي مجموعة الحقوق التي يتمتع بها الأفراد أو الجماعات ويلتزم الأفراد بصونها. فالحرية لما تفترضه من الروية والمسؤولية والاختيار والتنفيذ، هي ميزة الإنسان عن سائر المخلوقات.

واصطلاحًا هي: المقابل المناقض للعبودية، فالحر ضد العبد والرقيق، وتحرير الرقبة: عتقها من الرق والعبودية، فالحرية هي رخصة الإباحة التي تمكن الإنسان من الفعل أو الترك، المعبر عن إرادته .

فإذا كانت الحرية هي ما يتنازل عنه الفرد للمجتمع أو السلطة مقابل ضمان وجوده الفسيولوجي والمعنوي، فمن ذلك نستطيع أن نحدد عدة أشكال للحرية: (الحرية المقيدة أو المحددة)، والتي تعطى للفرد أو المجتمع ضمن سقف من القيود والكوابح.

- الحرية المطلقة أو الكاملة: تمنح دون قيود على الاختيار .
- الحرية النسبية: تتبدل من مجتمع إلى آخر.

مفهوم الحريات في النظم السياسية الرئيسية المعاصرة:

تتنوع الحريات بين الوجود أو عدم الوجود أو بين السماح والممانعة حسب الأنظمة السياسية السائدة في المجتمع، التي تنقسم بدورها إلى:

–نظم ديمقراطية تستمد سلطتها من رضا الشعب وإرادته، وتمنح الحرية لمؤسسات الدولة وسلطاتها وللأحزاب والنقابات والإعلام.

–نظم شمولية ترتكز على حزب واحد يحتكر الحياة السياسية، ويعمل على فرض أيديولوجيته على كل أفراد المجتمع بشتى الطرق والوسائل القانونية وغير القانونية طبعًا.

–النظم التحكمية هذه النظم يغيب فيها ربط القدرة بنسق قيمي، فيقف الأمر هنا عند حل (السلطة التحكمية)، وذلك في مواجهة السلطة الشرعية، كما في معظم الدول العربية والإسلامية[7].

ثانيا: وسائل التواصل الاجتماعي: التعريف، الأنواع، الأهمية، الخصائص والتحديات:

فرض الإعلام الجديد نفسه في الآونة الأخيرة كجزء أساسي من مكونات الإعلام، من حيث الاهتمام والاستعمال ومن الناحية المفاهمية ونظرا لجدته، فإن هذا المفهوم لازال غير واضح المعالم وحتى من حيث التسمية، فإنه يتخذ عدة تسميات: الإعلام البديل، الإعلام الاجتماعي، الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، الإعلام الشبكي، هذا التمايز على مستوى التسميات يحيل على تمايز آخر على مستوى الدلالة، مما يستدعي اشتغالا مصطلحيا و دلاليا في محاولة توحيد مفهوم المصطلح؛ كما أسهمت هذه المواقع في نقل ثقافة الواقع الى العالم الافتراضي مما أدى الى تغير في القيم.

1.1 تعريف الإعلام الجديد

يعرف الإعلام الجديد على أنه تسخير للتكنولوجيا في نشر الأخبار والمعلومات والمعارف، من خلال عملية دمج وسائل الإعلام القديمة مع الأدوات الرقمية وشبكة المعلومات العالمية بما يحقق الاتصال التفاعلي بين المرسل والمستقبل بسرعة فائقة عبر تكنولوجيا الأنترنيت ومواقع الشبكات الاجتماعية التي تستخدم الويب. [8]

الإعلام الجديد عبارة عن مواقع انترنت اكتسبت شهرة مكنتها من استقطاب الملايين من الناس، و تعد استجابة لاتجاه عالمي جديد للحركات الجماعية الكبرى التي تتشكل وفق منظور شبكاتي، مما أسهم في تغيير العلاقة بين الجمهور و مزودي الأخبار. و تتنوع أشكال و أهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام و تكوين الصداقات حول العالم، و بعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود و منحصر في مجال معين، مثل الشبكات التي تجمع المختصين في مجال معين كالإعلام.

2.1 أنواع الإعلام الجديد وأقسامه

يقدم الكاتب مصطفى صادق تصنيفا رباعيا للإعلام الجديد

– الإعلام الجديد القائم على شبكة الأنترنيت أو تطبيقاتها، وهو دائم التوسع والتغيير، نتيجة للتطورات التكنولوجية المتسارعة.

–الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك قراءة الكتب والصحف، والهواتف الذكية، وهو مجال ينمو بسرعة وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحولة المختلفة.

– الإعلام الجديد القائم على الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

– الإعلام الجديد القائم على استخدامات وتطبيقات الكومبيوتر (offline)، والتي تتنوع بين التطبيقات الشبكية أو تلك التي تستعين بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الصوتية.[9]

الخصائص:

يتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص، ونذكر منها ما يلي:

- إعلام متعدد الوسائط؛
- المزج بين الصوت والصورة والنص والروابط؛
- التفاعل بعيدا عن خطة القراءة والتلقي؛
- الحرية التي تتيح للفرد؛

أهمية الإعلام الجديد:

لا يمكن للمتتبعين للشأن الاعلامي والمهتمين به أن يختلفوا حول أهمية وسائط الإعلام الجديد لأنها تقدم العديد من الخدمات ومنها:

- يسهم في تحقيق الترفيه والتثقيف؛
- تساعد الفرد على الوصول للخبر وتداوله؛
- تحقيق اتصال جماعي عريض مع إمكانيات واسعة في الاختيار؛
- تبادل الخبرات والتجارب وتناقلها عبر الأجيال؛
- تعرف توجهات الرأي العام، خاصة عند الشباب؛

تحديات الإعلام الجديد:

قد لا تبدو الصورة المكونة حول الإعلام الجديد بالكمال والايجابية المطلقة، وذلك لأنه تواجهه عدة عراقيل:

- غياب دراسات علمية حول طبيعة الاستخدام العربي لهذه الوسائط وطرق التعامل معها.
- غياب الرقابة عندما يتعلق الأمر بالقاصرين
- ضعف التأثير العربي على المستويات الموجودة ضمن هذه الوسائط على المستوى الفكري والثقافي.
- الإعلام الجديد له قدرة تأثيرية كبيرة على نظام القيم في الكثير من المجتمعات سواء كانت منغلقة أو منفتحة.
- الإعلام الجديد وفر كما هائلا من المعلومات يتجاوز المطلوب مما أدى إلى تخمة معرفية.
- ترويج بعض القيم المنافية للقيم الإنسانية من قبيل العنف وتأجيج الصراعات.
- تشجيع العزلة و الاغتراب خاصة عند الشباب، عبر إلغاء الواقع والارتباط بواقع أخر افتراضي.
- الإعلام الجديد في أغلب أشكاله غير مؤسسي، فهو متحرر بامتياز.

ثالثا: وسائل التواصل الاجتماعي و القيم:

1 دور وسائل التواصل الاجتماعي في ترسيخ القيم:

نظرا للخصائص التي يتمتع، وكذا الأهمية التي يحظى بها عند عموم الجمهور والمتلقين، فإن للإعلام الجديد تأثيرا بارزا على القيم، وذلك بالنظر للإقبال الكبير على هذا النوع من الإعلام.

هذا الإقبال الذي يعود إلى أسباب متعددة من بينها:10

- أسباب عامة: تعود إلى الطبيعة البشرية الموسومة عادة بالإقبال على كل ما هو جديد.

- تحول استعمال مواقع الإعلام الاجتماعية وامتلاك العتاد التكنولوجي الملائم لذلك.
- أسباب إشهارية تتمثل في الترويج الإعلامي لمنتجات الاتصال ولجوء الشركات المسوقة لهذه الخدمات.
- الإعلام الجديد يقدم فرصة غير محدودة للترفيه والتسلية.

كما يرى "هشام مكي" أن هذا الإقبال راجع لما يسميه " الانتشار بالنماذج الإدراكية" ومفاده أن الصور الإعلامية تنشئ نموذجا إدراكيا خاصا عند المشاهدين، يتوسط إدراكهم للعالم والموجود، عبر نظام خاص من القيم والمواقف لإدراك الوجود، وهذا النموذج الإدراكي يتيح – عبر تعميم نظام قيم وتفصيلات خاص – التقبل المباشر لكل منتجات الاتصال التقنية.

ورغم هذا الإقبال، إلا أن هناك توجها عاما نقديا عند العديد من المثقفين تجاه الإعلام الجديد، حيث يجمعون على وجود تأثيرات سلبية للإعلام الجديد، خصوصا على الأطفال والشباب انطلاقا من كون الإغراق في اللهو والتسلية وتحويل هذه الوسائط من مورد تثقيفي وإخباري وتواصلي إلى مجرد مجال ترفيهي يغذي التفاهة والسطحية.

وكما ورد في المقدمة فإن وسائل الإعلام الجماهيري من حيث التأثير القيمي تنقسم إلى ثلاثة أنواع أساسية:

- تخلق قيم جديدة؛
- تدعم القيم السائدة والموجودة؛
- تغيير القيم الموجودة؛

فالإعلام الجديد يقوم بهذه الأنواع الثلاثة من التأثير، فعلى المستوى الأول أي خلق قيم جديدة: فقد استطاعت هذه الوسائط أن ترسخ قيما جديدة مثل: قيمة "البلوك" أي "بالرفض التواصلي" فقد تحول هذا "البلوك" الافتراضي إلى بلوك حقيقي فيه تعبير لصاحبه عن رفضه التواصل مع الطرف الآخر ومقاطعته، بل عدم إتاحة الفرصة للطرف الأخر أحيانا للتبرير والدفاع عن وجهة نظره، الأمر الذي لم يكن متاحا قبل ظهور هذه الوسائط.

أما على المستوى الثاني: أي دعم قيم موجودة نسرد في هذا الباب تكريس قيمة "التقاسم" le partage هذه القيمة التي تجد لها مكانا من السلوكات الفردية والجماعية في مجتمعاتنا لكن هذه الوسائط أعطت لها أبعادا أخرى، فإحياء روح التقاسم خاصة للأمور المفيدة عبر وسائط التواصل الاجتماعي ينشر بين الناس قيما ايجابية. كما تأخذ قيمة التقاسم و المشاركة بعدا آخر عندما يتعلق الأمر بالتأثير السياسي " و هذا ما تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي التي تجعل بمقدور الناس الساخطين على أمر ما معرفة مقدار التأييد و أعداد أولئك الذين يشاطرونهم نفس الشعور " 11

وفيما يخص المستوى الثالث أي تغيير قيم موجودة فنورد مثالا للأستاذ "هشام المكي" في علاقته بهذا المستوى حيث يقول "كما أن بعض دوائر الانتماء التي تشكل مستويات متعددة من الهوية بدأت تختفي لتعوضها أشكال هوياتية جديدة، وهذا ما يقتضي منا الانتباه إلى القيم التي بدأ الإعلام الجديد في تقويضها، أمثل لهذا الجانب بقيم الحوار، حيث ساهم التغيير العمراني والاتجاه نحو البناء العمودي، في خلق مجموعة من القيم التعاقدية التي عوضت القيم التراحمية للجوار، فتجد الشخص لا يعرف جاره في العمارة التي يقطنها ولا يتجاوز تواصله معه ابتسامة مجاملة سطحية حينما يلتقيان في المصعد أو مدخل العمارة، لكنه في المقابل يدخل في دوائر انتماء متعددة ومجموعات "فايسبوكية" تجمعه بأشخاص يشتركون معه في اهتمامات معينة لكن تفصلهم مئات أو ألاف الكيلومترات، إن الهوية في الإعلام غريبة جدا، قد تضيق ولا تتقبل الجار القريب الذي يشاركك الدين والثقافة واللغة والوطن والمدينة... وغيرها من

دوائر الانتماء".12 و يمكن تفسير هذا بمفهوم جديد هو ' الجوار الإلكتروني ' الذي يلغي الحواجز الواقعية، و الذي يمكن المستخدمين من إمكانات هائلة و إن افتراضيا، مما يؤثر بالضرورة على العادات و السلوكات و القيم.

و نشير في هذا الصدد أيضا إلى قيم أخرى سلبية تنتشر في مواقع التواصل الاجتماعي مثل السرقة الأدبية أي سرقة " المنشورات" الشخصية دون الاشارة إلى صاحبها، حيث يقوم الفرد بأخذ ما كتبه شخص أخر و بسرعة كبيرة و ينسبه لنفسه، و من أقبح السرقات في مواقع التواصل الاجتماعي، سرقة " الحسابات " التي تضرب في العمق قيمة سلوكية مهمة و هي احترام الخصوصية، في سعي واضح نحو الفضح، بل و نشر قيم سلبية أخرى مثل الابتزاز و التهديدات المختلفة.

2. المحتوى الاعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي

تؤثر المحتويات الإعلامية المروجة في وسائل التواصل الاجتماعي والمتسمة بالتنوع والاختلاف، في المتلقي وبالتالي في سلوكاته وقيمه.؛ ساهم بعض هذه المحتويات في تكريس قيم السلبية والاستهلاك وكذا السقوط في فخ التعميم، والبعد عن تحري الدقة والعلمية في المحتويات المروجة.

كما أن هذه المحتويات (صور – كتابة – خواطر...) تخلف فقط معجبين وأصدقاء غير حقيقيين، بل أنه حتى على مستوى الإنتاج أصبحت هذه المحتويات تتجاوز المؤسسات الإعلامية (هذا المنطق الذي انطلق مع موجه الويب 2.0) وبالتالي أصبح للأفراد حرية إنتاج وبث المحتويات التي يرونها، وكلما كثر المعجبين كلما كثر التأثير وبالتالي في ظل هذا التحرر أصبح التحدي القيمي كبيرا، لغياب الرقابة الذاتية عند البعض.

و من خلال الملاحظة لأنماط الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي، ينقسم المستخدمون إلى صنفين، صنف يجسد الواقع في الافتراضي، و صنف ثان يجسد الافتراضي في الواقعي.

3ـدور وسائل التواصل الاجتماعي في ترسيخ وتعزيز قيم الفردانية

إن السمة الرئيسية لهذا العصر هو الطفرات التكنولوجية غير المسبوقة، مما أدى إلى انخفاض تكاليف انتاج المعلومات ونقلها مما أعطى للفرد موقفا تنافسيا، مواجهة الموقع الاحتكاري التقليدي للحكومات، كما ساهم هذا التطور في إعطاء بعد آخر وفسخ مسارات جديدة للعمل السياسي تتخطى الإطار التقليدي، وساهمت هذه الطفرات أيضا في ظهور مما يسمى " الفردانية المعلوماتية" على اعتبار أن آن المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي كانوا موجودين ماديا من قبل لكنهم مغيبين معلوماتيا.

كل العوامل السابقة ساهمت في تعزيز حضور الفرد في وجه السلطات المقابلة له[13]. وهذا ما يؤشر على تحول كبير يتجلى في تعظيم دور الفرد في مقابل السلطة، و ساهم في ذلك، ضعف الدولة رقابة على هذه الوسائل، مما منح هامشا كبيرا للحرية بشكل غير مباشر للمستخدمين.

شكلت مواقع التواصل الاجتماعي فضاء جديدا لم يكن معهودا تنافس شكل العلاقات الاجتماعية التقليدية أكثر من منافستها لمؤسسات السلطة في عصر معلوماتي ورقمي كهذا، و ظهر بالتالي شكل جديد من الفردانية والذي يمكن تسميته بالفردانية الرقمية[14]، والتي تعبر عن تعزيز استقلالية الفرد داخل المجتمع، وتقوية صلاتهم بمجتمعات أخرى دون مغادرة بلدانهم، هي سباحة في فضاء رقمي متحرر من القيود والمعايير التقليدية أدت إلى إفراز هويات فردية ذات نزعة اقصائية، تغلب عوامل الانقسام على الوحدة.

إن وسائل التواصل الاجتماعي سرعت من وثيرة انعزل الفرد وتكريس الفردانية قيما وسلوكا، هذه الوسائل المترابطة عالميا عبر شبكات عملاقة يطلق عليها المغامبديا Méga média ذات الأحجام والتمويل الهائلين، وساعد هذا في توفير إمكانات السيادة التقليدية للدول والتأثير على مجريات الأمور وتحقيقا لمأرب وأهداف تصب في مصلحة سلطات غامضة (طائفية – عرقية)، ويعد هذا تأثيرا جذريا لوسائل التواصل الاجتماعي في المجال العام، حيث نقلت هذه الأخيرة أعداد هائلة من حالة الكمون والتلقي السلبي إلى حالة المشاركة والتأثير عبر التفاعل بين المستخدمين لهذه الوسائل، مما يؤدي إلى تمازج أراءهم ومواقفهم ومصالحهم و بالتالي إلى ظهور تيارات رأي تخالف الأنساق التقليدية القيمة، مما يهدد بالإطاحة بالقيم والمبادئ الإنسانية والمشتركة وتقويض البنيان الاجتماعي برمته.

إن واقع الحال يشير إلى وجود تأثير سلبي لوسائل التواصل الاجتماعي على القيم، وذلك بافتقاد المركزية في التوجيه وطغيان الفردية والعشوائية في نقل المعلومات والأفكار والقيم.

وتتجلى بعض قيم الفردانية التي يذكيها وسائل التواصل الاجتماعي في مواجهة القيم المشتركة والتمرد عليها، حيث تؤثر هذه الشبكات على القيم الدينية والقيم الاجتماعية الأخرى (الأسرة – الزواج– العائلة...) كما تتجلى قيم الفردانية فيما تبثه هذه المنصات من قيم الكراهية والعنف ضدا على التنوع العرقي المذهبي والديني.

ومن بين الأسباب التي أدت إلى ظهور قيم الفردانية في وسائل التواصل الاجتماعي هي رغبة البعض في جذب الاهتمام والبحث عن الشهرة وهنا تتمظهر حالات الفردانية حيث يحاول كل فرد إبراز قضيته كرأي عام و يحرص أن تعطى لها الأولوية، وكنموذج على هذه القيم احتكام المواطنين إلى حل خلافاتهم خارج إطار القانون، مما يكشف احتقارا لسياسة الدولة، حيث استطاعت هذه الشبكات أن تلعب دورا محوريا في تشكيل القوة بين الأطراف والتأثير على العلاقات وإداراتها وذلك على حساب آليات محلية وعرفية كحل النزاع (بغض النظر طبقا عن الحلول القانونية، كما تتجلى مظاهر الفردانية في التشهير الذي ينتهك حرية والخصوصية كل هذه التمظهرات تؤثر بشكل سلبي على القضاء كمؤسسة من مؤسسات الدولة وسلطة قائمة بذاتها.

تحولت الشبكات الاجتماعية إلى أداة الانتقام في إطار الانتقام المجتمعي "الانتقام الالكتروني" عبر الفضح ونشر الصور والفيديوهات والتجسس، و الذي يعد صورة أخرى من صور الفردانية المعاصرة، هذا النوع يسهم في إشغال الرأي العام بقضايا ثانوية، وبتحول الخلاف الشخصي إلى تصفية جماعية مع العلم أنه في الأصل منتوج فردي، مما يؤشر على أن البنية المجتمعية خاضعة لنوازع الانتقام وعدم التسامح والحوار.

وظهرت بالتالي مجموعات في الفايسبوك عبارة عن تكتلات تعبأ للقيم الفردانية مستغلة الحريات الموجود في هذا الفضاء الافتراضي، ومن أمثلة هذه المجموعات:

1. مجموعة مثليات ومثلي المغرب:

تعتبر هذه المجموعة من أنشطة المجموعات في الفايسبوك إلى ترويج قيم المثلية وتضم حوالي 2400 منخرط وهي مرتبطة بموقع الكتروني مسمى (mittly.com) ونجد في توصيف هذه المجموعة صفحة تهدف إلى خلق تواصل بين مثليات ومثلي المغرب بعيدا عن كل ما هو مخل بالآداب فنحن المسلمين لسنا منحرفين بالأساس" فهي اذا مجموعة تروج لقيم مناقضة للقيم المجتمعية في الجانب الجنسي، وتضم عددا من الشواذ والسحاقيات وتثير قصص وقضايا المثلين بالمغرب.

2 . مجموعات التنصير:

ومن المجموعات التي تناقش قيما من منطلق فرداني، نجد المجموعات المرتبطة بالتنصير حيث يضم هذا الصنف، مغاربة غيروا دينهم إلى المسيحية، و يقومون بهذه الدعوة عبر منشورات في هذه الصفحات، هذه الأخيرة مرتبطة بمواقع شبيهة.

وارتباطا بالفيسبوك فقد تحول هذا الأخير من ناد للصداقة والدردشة وتبادل الصور إلى وسيلة لترويج الأفكار السياسية والحقوقية وتحول أيضا إلى فضاء لتدافع القيم بفتحه باب التعبير عن الرأي، وبالمقابل قد يؤدي إلى ظهور مشكلة أخرى وهي العزلة مما يسهم في الرفع من مستوى الفردانية في المجتمع.

المحور التطبيقي: الاستمارة

تعد الاستمارة وسيلة ناجعة وتتيح للباحث إمكانيات كثيرة لرصد وتفسير الظواهر المبحوث عنها.

أ- وصف الاستمارة

تتكون استمارة البحث من ستة عشر (8) أسئلة، موزعة على محورين، نذكرها بالتفصيل في الجدول التالي، مع الإشارة إلى الهدف منها:

رقم المحور	موضوع المحور	عدد الأسئلة التي يتضمنها المحور	الهدف من الأسئلة
01	**وسائل التواصل الاجتماعي و القيم عموما**	03	**تعرف الجوانب التأثيرية ومواقع التواصل الاجتماعي على القيم المجتمعية.**
02	**وسائل التواصل الاجتماعي و قيم الفردانية**	05	**تعرف و رصد طرق و اليات مساهمة وسائل التواصل في ترسيخ قيم الفردانية.**
03	**أسئلة ختامية**	01	**رصد المواقف و الآراء العامة المرتبطة بموضوع الدراسة.**

ب –عينة البحث:

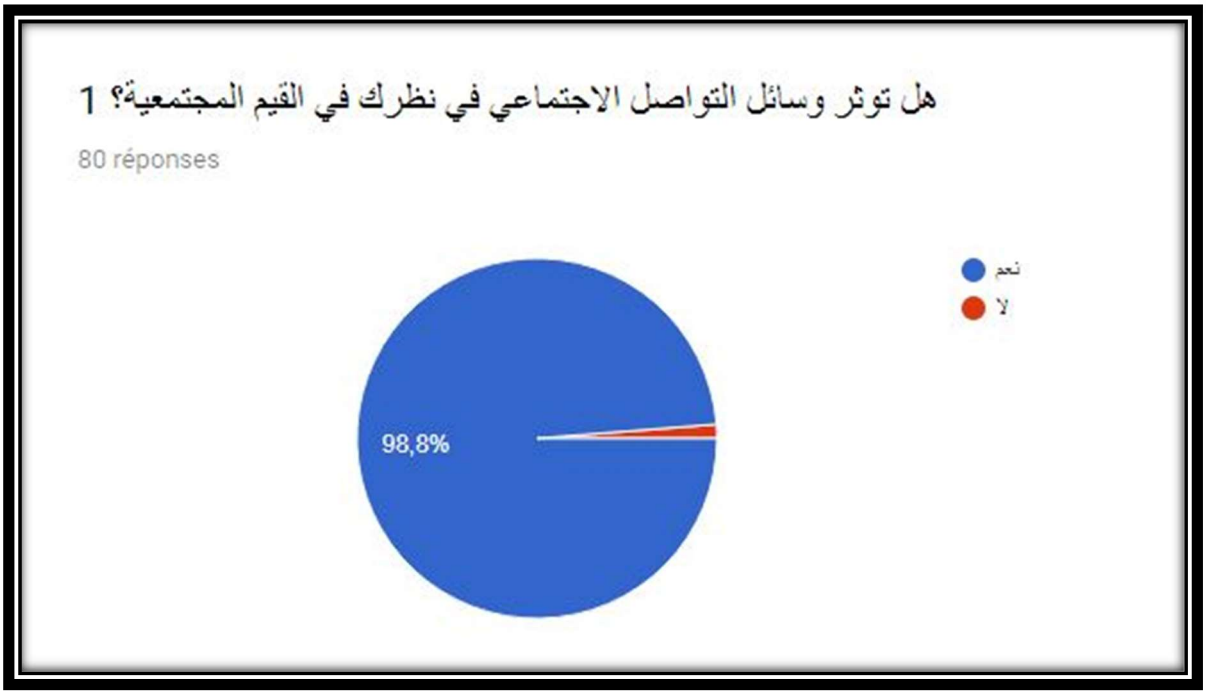
تتكون عينة البحث من 80 مبحوثا يشملون فئات مختلفة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

ج –عرض النتائج:

المحور الأول: وسائل التواصل الاجتماعي والقيم

السؤال الأول: هل توثر وسائل التواصل الاجتماعي في نظرك في القيم المجتمعية؟

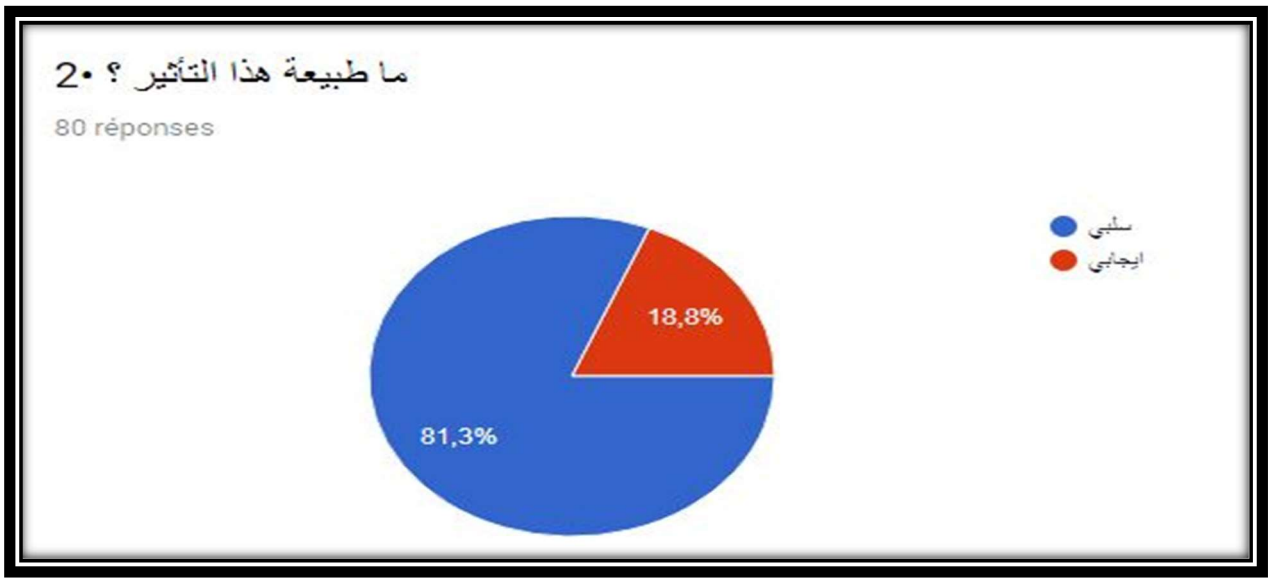
يعتبر هذا السؤال مدخلا عاما للدراسة وقد كانت النتيجة على الشكل التالي:



يتضح من خلال نتيجة هذا السؤال أن الأغلبية الساحقة من المستجوبين تتفق على كون وسائل التواصل الاجتماعي، تؤثر بشكل كبير في القيم المجتمعية، و هو ما يتوافق مع العديد من الآراء و المواقف التي تم سردها في المحورين النظريين من هذه الدراسة.

السؤال الثاني: ما طبيعة هذا التأثير؟

عن هذا السؤال أجاب المستجوبين بما يلي:



يتضح من خلال هذه النتيجة أن أغلب المستجوبين و بنسبة كبيرة (80 بالمئة)، يؤكدون أن التأثير السلبي لوسائل التواصل الاجتماعي على القيم أكبر من التأثير الايجابي، هذه النتيجة لها دلالاتها فهي تعبر عن النظرة المجتمعية الانطباعية لوسائل التواصل الاجتماعي، و من المؤكد أن لهذه الأخيرة تأثيرات سلبية و قد تفوق التأثيرات الايجابية كما تبين من خلال الطرح النظري، غير أن هذه النسبة تعزى للسياق الاجتماعي المغربي و نظرته لهذه الوسائل و محتوياتها.

السؤال الثالث: في نظرك كيف يمكن استغلال هذه الوسائل لترسيخ قيم؟

صيغ هذا السؤال بشكل مفتوح و غير الزامي، و قد أجاب عنه 51 مستجوبا من أصل 80، و يمكن تلخيص أهم الاجابات فيما يلي:

- الحرص على تحديد قيم يحتاجها المجتمع و حث المستعملين على ذلك عبر حملات
- استعمالها بشكل إيجابي و بعقلنة؛
- بتوعية جميع افراد المجتمع بكيفية استغلالها استغلالا جيدا؛
- عبر نشر مواد ايجابية؛ تدوينات أو منشورات ايجابية؛
- يمكن استغلالها لترسيخ قيم ايجابية اذا استعملناها بالشروط التالية:، *اخضاع قبول الاصدقاء لمعيار محدد*الاقتصار على مناقشة مواضيع ثقافية بناءة*
- لابد من حصانة داخلية لمستعمل هذه الوسائل بمعنى أن يتشرب هذه القيم من المؤسسات الاجتماعية وعلى رأسها الأسرة؛
- ينبغي شرح الجوانب الايجابية و توضيحها حتى تتم الاستفادة من هذه الوسائط للتواصل و ليس العكس؛
- اثارة النقاش عبر هذه المواقع كلما امكن ذلك حول مفهوم الاخلاق والقيم الانسانية وليس فقط تلك التي يختص بها مجتمع دون آخر؛
- من خلال الحوار و التربية السليمة لاستعمال سليم و واعي للتكنولوجيات الحديثة؛
- يجب ان تكون رقابة عليها؛
- عبر الاستعمال الموجه والهادف وفق القيم و المبادئ المتعارف عليها والمقبولة مجتمعيا؛
- تحفيز رواد وسائل التواصل الاجتماعي من اجل التعاطي مع المحتوى الايجابي لهذه الوسائل
- بتقنينها بشكل نسبي لما هم دون السن القانونية؛
- الرقابة في نظري، لن تجدي نفعا، فهذه الوسائل سهل الوصول اليها. تبقى التوعية بأهمية حسن استغلالها و تربية الابناء على اتخاذ القرار السليم في التعامل مع التكنولوجيا؛
- عبر برامج ولقاءات حوارية موضوعية؛
- تحصين الشباب و اغتنام تلك الوسائل في نشر العقيدة الصحيحة، وترسيخ الأمن والاستقرار، ودحض الشبهات، وبيان حسنات وفضائل بلادنا؛
- لا بد من التأطير و التوجيه؛
- عرض مواقف تحمل قيما إيجابية بكثرة؛
- نشر أشياء ايجابية بدل اعتبارها ربح مادي فقط؛
- اخضاعها لجهاز رقابي تربوي؛
- القيام بحملات تحسيسية للتعريف بسلبيات و ايجابيات وسائل التواصل الاجتماعي و كيفية الاستعمال الجيد مراقبة من طرف الآباء؛
- بصياغة منظومة تربوية تستهدف الاطفال والشباب من أجل مساعدتهم على التمييز بين ما ينفعهم وما يضرهم؛
- التخطيط المسبق لتقنين الاستعمال لجميع افراد الأسرة؛
- تنزيل نظام المراقبة على كل ما يتداول؛

- بتغيير عقلية و طريقة تفكير الافراد؛
- من خلال عملية التقنين؛
- فرض الرقابة للحد من انتشار بعض دعاوى الكراهية، الارهاب، التمييز العنصري؛

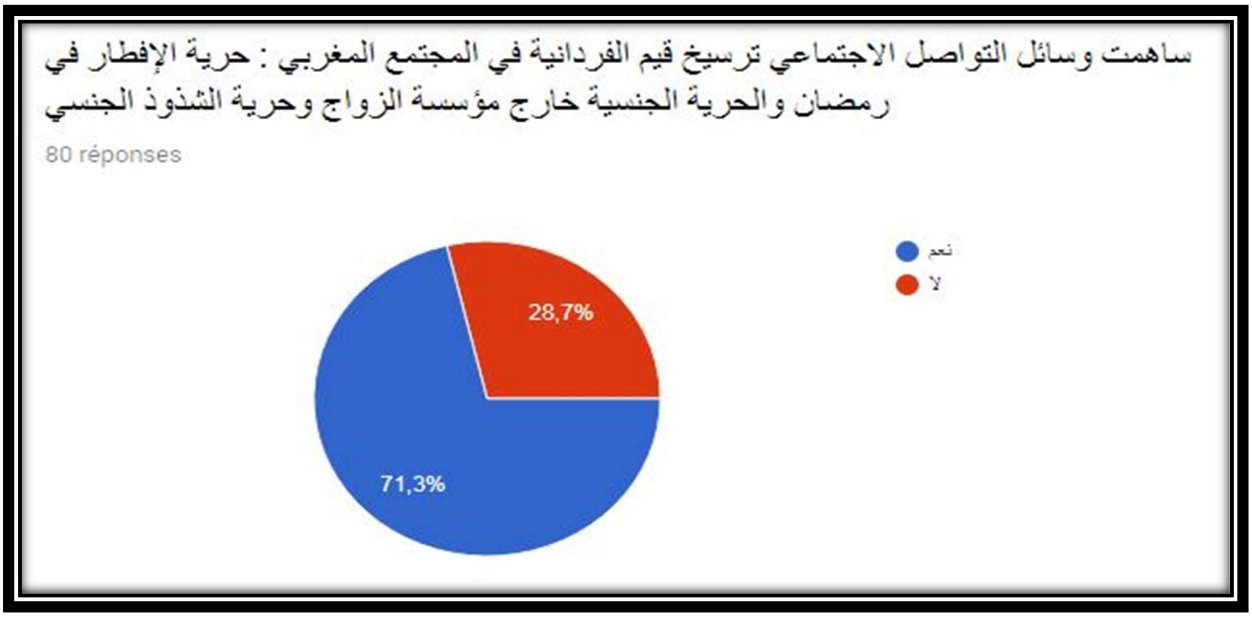
من خلال تحليل هذه الاجابات، يمكن أن نستخرج الخلاصات التالية:

- الاجماع المبطن كون وسائل التواصل الاجتماعي ترسخ القيم السلبية أكثر من القيم الايجابية و هو ما ينسجم مع نتيجة السؤال الثاني؛
- تكرار لدعوات تقنين و ضبط و مراقبة هذه الوسائل، مع الاختلاف في الطرق و الوسائل، فكرة المراقبة تحمل دلالة الرغبة في السيطرة على مصادرة مقلقة و مزعجة للقيم السلبية، و لا يمنع هذا من كون فكرة التقنين فكرة جيدة و جديرة بالاهتمام، من قبيل الاعلاميين و الحقوقيين؛
- حضور قوي لمطالب التوعية، فإذا كان التقنين مطلبا علاجيا فإن التوعية تعد مطلبا وقائيا، و ربما مطلب التوعية أسهل في التحقق من مطلب التقنين، مما يجعل منه واقعيا أكثر، و في هذا الصدد تم ذكر دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تحقيق هذا الجانب التوعوي، و يمكن الاشارة في هذ الصدد الى غياب دلائل التربية على وسائل الاعلام؛

المحور الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي و القيم الفردانية.

السؤال الرابع: ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم الفردانية في المجتمع المغربي: حرية الإفطار في رمضان والحرية الجنسية خارج مؤسسة الزواج وحرية الشذوذ الجنسي، نعم أم لا؟

يعد هذا السؤال، أول سؤال في المحور الثاني من الاستمارة، و يعد امتدادا لأسئلة المحور الأول، و قد كانت الاجابة على هذا السؤال على الشكل التالي:



هذه النتيجة لم تكن مستبعدة، بالنظر إلى كون أغلب المستجوبين قد في السؤال أجابوا بكون وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر في القيم المجتمعية، و بالتالي في نظرهم فوسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في ترسيخ القيم الفردانية.

السؤال الخامس: هل تتفق مع هذا النوع من الدعوات الافتراضية ؟

هذا السؤال مرتبط بالسؤال السابق، و يهدف لمعرفة رأي العينة المستجوبة في مثل هذه الدعوات، و قد كانت النتيجة على الشكل التالي:

أشار أغلب المستجوبين و بنسبة كبيرة جدا إلى رفضهم مثل هذه الدعوات مما يأشر على كون المحافظة و التمسك بالقيم المشتركة و المقبولة مجتمعيا، و نبد القيم الفردانية كما أنه لا يمكن الاستهانة بنسبة 5 بالمئة من المستجوبين التي كانت موافقة على هذا النوع من الدعوات، على اعتبار أن هذه النسبة ستتزايد في المستقبل القريب وفق ما تم الحديث في المحوريين النظريين.

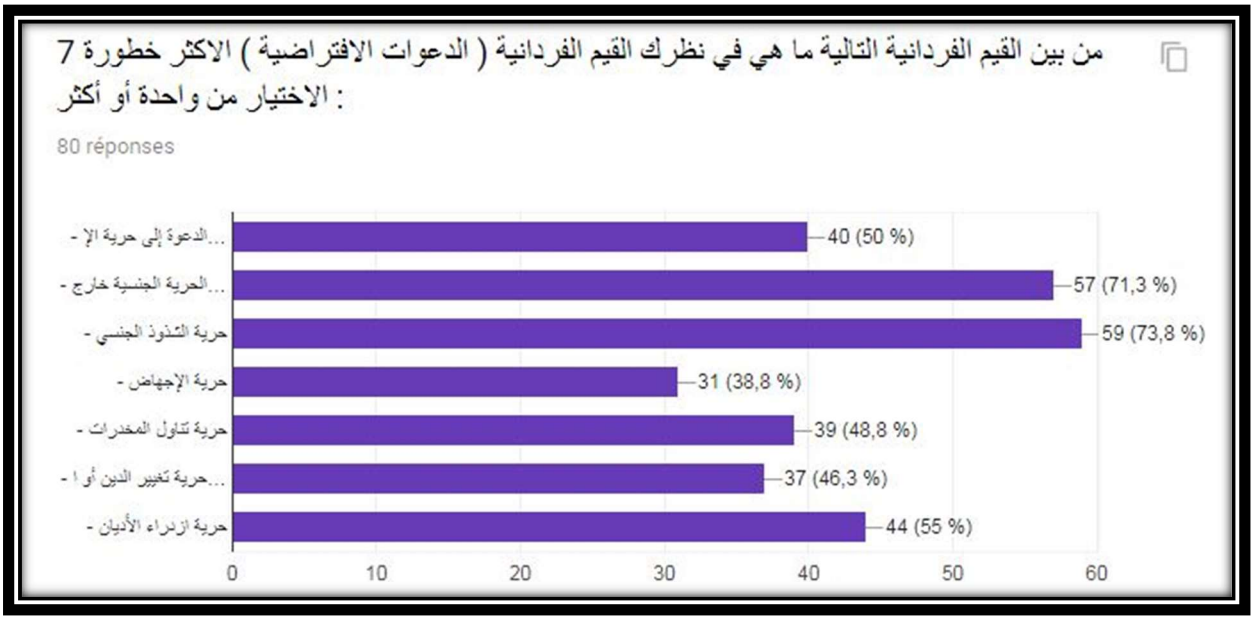
السؤال السادس: هل تشكل هذه القيم المروجة عير هذه الدعوات الافتراضية تهديدا للمجتمع ؟

طرح هذا السؤال انسجاما مع السؤال الذي سبقه لمعرفة نظرة المستجوبين لدعوات الفردانية عير مواقع التواصل الاجتماعي، و كانت النتيجة على الشكل التالي:

هذه النتيجة تنسجم مع نتيجة السؤال الخامس حيث أكد أغلب المستجوبين أنهم ضد الدعوات الفردية المروجة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، و بالتالي فقد أكد المستجوبين و بأغلبية ساحقة أن هذه الدعوات تشكل تهديدا للمجتمع و لقيمه.

السؤال السابع: من بين القيم الفردانية التالية ما هي في نظرك القيم الفردانية (الدعوات الافتراضية) الاكثر خطورة. الاختيار من واحدة أو أكثر

لكي تتضح أهم القيم الفردانية التي تشكل تهديدا للمجتمع، تم اقتراح أهم القيم الرائجة في هذا الباب، و كانت النتيجة كما يلي:



يتضح من خلال نتيجة هذا السؤال أن حرية الشدود الجنسي تعد القيمة التي الأكثر خطورة على المجتمع حسب المستجوبين، تليها الحرية الجنسية خارج إطار مؤسسة الزواج، ثم بعدها حرية ازدراء الأديان و بعدها حرية الافطار في رمضان، و بعدها حرية تناول المخدرات، ثم بعدها حرية تغيير الدين أو المذهب و أخيرا حرية الاجهاض، و منه نستنتج ان المستجوبين يعيرون اهتماما للقيم التي

ترتبط بالممارسات الغريبة عن المجتمع، و الملاحظ أنها ترتبط بالجنس (الشذود الجنسي و الحرية الجنسية خارج مؤسسة الزواج)، في حين أن الممارسات و القيم الفردية المرتبطة بالدين أو التي يعتقد أنها لا تمس المشترك الجماعي حظيت بتصويت أقل.

السؤال الثامن: هل ترى قيما فردانية أخرى خطيرة و تروج في وسائل التواصل الاجتماعي ؟

من أجل استجلاء أراء المستجوبين حول قيم فردية أخرى تشكل خطورة على المجتمع، و في ما يلي أهم الاجابات:

- توثيق اللحظات الحميمية ونشرها؛
- زنى المحارم؛
- تفشي ظاهرة الدمى الجنسية في بعض الدول الاوربية و الخوف من انتقالها الى الدول ذات الهوية الثقافية المحافظة؛
- نشر الاشاعات و الفضائح؛
- السلطوية المتعلقة بحق الفرد بإيذاء نفسه كان يضع حدا لحياته مثلا ؛
- انتهاك الحرية الشخصية للأفراد (العائلة و الزوجة و الابناء و غيرهم)؛
- حرية التطاول على الوالدين والانعزال عن الآخرين؛
- حرية التعامل مع الذات والجسم كالوشم؛
- حرية الاستغلال الجنسي للأطفال؛
- حرية التعبير بدون قيود؛
- التطرف الديني و الارهاب؛
- الانفصال عن الأسرة والثورة ضد الأصول؛
- كل ما يسيء الى الدين و إلى القيم المجتمعية و كل ما يهدم التربية و الأخلاق داخل المجتمع

فقد اختلط الاعتصام و المطالبة بالحقوق بشكل لائق الى فوضويات لا تمثل قيم متحضرة و أخلاقية للمجتمع؛

- الارهاب، الاتجار بالدين، العنف، الاخبار الزائفة؛

و من خلال تحليل هذه الإجابات نستخلص بما يلي:

- عدم وضوح فكرة القيم الفردانية عند البعض؛
- الرغبة في المحافظة على الأسرة كنواة للمجتمع و بالتالي اعتبار كل الحريات المسيئة إليها خطرا قيميا؛
- الرغبة في المحافظة على الاعتدال الديني و نبذ الممارسات التي تسيئ إليه؛

الخلاصات العامة للدراسة:

من خلال كل ما تقدم يمكن الخروج بالخلاصات التالية:

- تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي في القيم المجتمعية؛
- لا يمكن الجزم بأن كل القيم المروجة عبر وسائل التوصل الاجتماعي سلبية؛
- ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في توسيع رقعة الدعوات للقيم الفردانية؛
- منحت وسائل التواصل الاجتماعي فضاء جيدا و مناسبا لدعاة القيم و الحريات الفردية؛

- اعتبار بعض القيم الفردانية خطرا محدقا بالأسرة و بالدين لذا ينبغي الاهتمام بالجانب التوعوي التربوي و في وقت لاحق تقنين و ضبط استخدام هذه الوسائل؛
- الاخذ بعين الاعتبار الرغبة التنوع المجتمعي الناشئ عن الاختلاف و الحرية الفردية، و بين الحريات الفردانية التي قد تضر المجتمع و إن كانت من بعض أفرادها؛
- الفئات الهشة و الغير محصنة مثل الأطفال و المراهقين معرضين للتأثر بشكل أكبر بالدعوات الفردانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛
- الامكانيات المتوفرة لوسائل التواصل الاجتماعي وسهولة استعمالها والولوج إليها، مكن هذه الوسائل من الترويج للقيم الفردانية و توسيع النقاش العمومي حولها؛
- حولت وسائل التواصل الاجتماعي بعض القضايا المرتبطة بالقيم الفردانية الى قضايا رأي عام؛
- الدعوات الافتراضية للقيم الفردانية ينظر إلى أغلبها على أنها تهديد قيمي للمجتمع؛
- تعد القيم الفردانية المرتبطة بالممارسات الجنسية والعقدية، أهم القيم التي تلقى نقاشا وسجالا مجتمعيا وتقسم بالتالي المجتمع إلى مؤيد و معارض؛

التوصيات:

- التكوين والتدرب على استعمال وسائل التواصل الاجتماعي؛
- توسيع دائرة النقاش العمومي حول هذه القضايا؛
- تكثيف الدراسات حول موضوع القيم الفردانية؛
- اصدار دلائل تربوية توعوية لمختلف الفاعلين في المجتمع من أجل استعمال واع و ايجابي لهذه الوسائل؛
- فتح نقاش متخصص حول الرقابة القبلية لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل يضمن حرية الولوج واستخدام هذه الوسائل وبالمقابل عدم المساس بالقيم المجتمعي.

الخاتمة: هل يمكن الحديث عن نهاية الفردانية؟

تبين من كل ما تقدم أن القيم الفردانية المنطلقة من الحريات الفردية، خلقت لنفسها فضاء للنقاش في المجتمع الواقعي والافتراضي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة سمحت بتوسيع دائرة تداول هذه القيم، مما وسع أيضا النقاش حولها بشكل مثير للجميع سواء المثقفين أو العامة، هذا يفرض طرح سواء جوهري أخر: ما حقيقة مستقبل الفردانية وقيمها في التداول الواقعي والافتراضي؟

لقد وصلت الفردانية كفكرة ترتكز على قيم الحرية والحقوق الفردية على اهتمام بالغ، لدرجة أن البعض اعتبرها كونية ومطلقة وأبدية، غير أن الواقع أظهر أن الفكرة ليست على قدر كبير من الكونية، حيث انتشرت بالخصوص في الغرب وليست مطلقة بل مرهونة أحداث طارئة.

ويكمن أحد العوامل المسرعة لأفول الفردانية في التشابكية التي تحصل في عصرنا سواء افتراضيا عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو هي الواقع عبر المهرجانات الكبرى التي تزداد شعبيتها وأيضا مؤتمرات ألعاب الفيديو وغيرها من الأنشطة الاجتماعية الضخمة المنظمة عبر أنحاء المعمور، بل حتى القراءة التي تعد نشاطا فرديا في عمقه، فقد باتت في وقتنا الحاضر أمرا مشتركا حيث يلتحم الأفراد تحت مسمى: "مجموعات القراءة".

وقد يستمر النقاش والتداول حول القيم الفردانية في مواقع التواصل الاجتماعي، نظرا لما توفره من حريات أكبر وقدرة على الاختفاء والاختباء خلف أسماء مستعارة، مما سيمنح للقيم الفردانية بمدة صلاحية أطول في الفضاء الافتراضي أكثر من الواقع.

الهوامش:

[1] – هشام المكي: الإعلام الجديد وتحديات القيم؛ طوب بريس، الرباط، 2014، ص 136.

[2] – سامي ذبيان: الصحافة اليومية والإعلام: الموضوع، التقنية والتنفيذ: الإعلام الحديث في النظرية والتطبيق: مدخل نظري وعملي إلى علم الإعلام؛ دار المسيرة للطباعة والنشر، بيروت، ط 2، 1987، ص 35.

[3] – محمود محمد سفر: الإعلام موقف؛ مطبعة تهامة، السعودية، 1982، ص 22.

[4] –ابراهيم إمام: الإعلام و الاتصال بالجماهير؛ المكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط 2، 1985، ص 11.

[5] – هشام المكي: الإعلام الجديد و تحديات القيم؛ طوب بريس، الرباط، 2014، ص 13

[6] – عباس الجراري: "مفهوم القيم وفلسفتها و إشكالية الواقع والمثال في منظور الاسلام "؛ من أعمال ندوة " أزمة القيم و دور الأسرة في تطور المجتمع المعاصر"، الدورة الربيعية لسنة 2001، مطبوعات أكاديمية المملكة المغربية، سلسلة "الدورات"، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، 2002، ص126.

[7] أحمد حسن علي، مفهوم الحريات، موقع الجزيرة نت،
http://www.aljazeera.net/knowledgegate/books/2012/6/18/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA

[8] – هشام المكي: الإعلام الجديد وتحديات القيم؛ طوب بريس، الرباط،2014، ص 18.

[9] – هشام المكي: الإعلام الجديد وتحديات القيم؛ طوب بريس، الرباط،2014 ، ص 20.

[10] – هشام المكي: الإعلام الجديد وتحديات القيم؛ طوب بريس، الرباط، 2014، ص 136.

[11] – علي عبد الفتاح كنعان: الاعلام و المجتمع؛ دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ص 187 .

[12] – هشام المكي: الإعلام الجديد وتحديات القيم؛ طوب بريس، الرباط،2014 ، ص 145.

[13]– عبد الحليم فضل الله، علاقة المواطن بالسلطة في العصر الرقمي، ورقة متقدمة في مؤتمر حبيل الخريفية، المشاركة المدنية والسياسة في العصر الرقمي – 2013

[14]– علاقة المواطن بالسلطة في العصر الرقمي، مرجع سابق.