

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال و علم المكتبات

مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في تخصص اتصال والعلاقات العامة

موسومة بعنوان:

إعلام التفاهة وتأثيره على القيم المجتمعية لدى الشباب الجزائري
دراسة وصفية تحليلية لعينة من فيديوهات صانعة المحتوى "كارولين" على موقع
فيسبوك

تحت إشراف الأستاذ:

د. قواسم بن عيسى

من إعداد الطالبتين:

- بن هني أسماء

- سعيداني كريمة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الصفة	الجامعة
د. بوهدة محمد	رئيسا	ابن خلدون - تيارت
د. قواسم بن عيسى	مشرفا ومقرا	ابن خلدون - تيارت
د. حاسي مليكة	مناقشا	ابن خلدون - تيارت

الموسم الجامعي:

2022/2023 م - 1443/1444 هـ

الشكر:

"كن عالماً. فإن لم تستطع فكن متعلماً. فإن لم تستطع فأحب العلماء. فإن

لم تستطع فلا تبغضهم"

الحمد لله ذو الجلال والاکرام نحمده حمداً مبارکاً، و نشکره علی ان اعاننا علی اتمام هذا العمل، والصلاة و السلام علی اشرف المرسلین حبیب الله علیه

افضل الصلاة و السلام

نتقدم بخالص الشکر والتقدير للأساتذة الذين قدموا لنا توجيهات الأستاذ الدكتور رئيس قسم علم الاجتماع "كرطالي نورالدين"، الأستاذ الدكتور "شيخ علي" والأستاذ الدكتور "عربيات منير" والأستاذ الدكتور "فرحات عبد القادر" والأستاذ الدكتور "يوسف دبيح"

الذين لم يخلوا علينا بتوجيهاتهم التي أنارت لنا الطريق العلمي، وإرشاداتهم التي سددت لنا خطانا لإتمام هذا العمل، فلهم جزيل الشکر والامتنان ونسأل الله ان يبارك لهم في عملهم ويزيدهم من فضله ونعمه.

ولا انسى بذكر الاساتذة الكرام والطاقم الاداري

إهداء

أهدي خالص عملي هذا الى المرحوم "ابي الغالي" رحمة الله عليه

الى من سهرت الليالي لراحتي وتربيتي الى نبع الحنان ورمز العطاء والقلب

الكبير "امي الغالية" حفظها الله

الى سندي في الحياة إخوتي، ولا أنسى صديقتي في الدراسة "سعيداني

كريمة"

الى كل من اعرفهم اهدي لهم هذا العمل المتواضع

الى دفعة 2023 تخصص اتصال و علاقات عامة

أسماء

إهداء

الى امي وابي اطال الله في عمرهما، الى إخوتي وأصدقائي

الى زميلتي " بن هني أسماء" التي دعمتني لإكمال هذه الدراسة

الى زملائي في الدراسة و اخص بالذكر بوسعيد اسماعيل

كما لا أنسى أساتذتي ممن كان لهم الدور الأكبر في مساندي وتوجيهي

كرامة

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير إعلام التفاهة على القيم المجتمعية لدى الشباب الجزائري، وذلك بأخذ نموذج تمثل في صفحة صانعة المحتوى "كارولين" على موقع "فيسبوك"، بهدف معرفة المواضيع المعالجة والأساليب المستخدمة في صناعة المحتوى على الصفحة محل الدراسة، وقد انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي ماهي القيم المجتمعية التي تناولتها صانعة المحتوى "كارولين" من خلال صفحتها على موقع فيسبوك؟ وتمت هذه الدراسة عن طريق أسلوب تحليل المحتوى لعينة عمدية الاختيار بلغت 30 مفردة من فيديوهات هذه الصفحة، من خلال اعداد استمارة التحليل التي تضمنت فئات الشكل وفئات المضمون، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وقد اسفرت الدراسة على نتائج مفادها ان صانعة المحتوى "كارولين" تنشر مواضيع سطحية التي تؤثر سلبيا على القيم المجتمعية مستخدمة في ذلك أساليب فنية واللغة السهلة المتداولة في اعداد المحتوى المقدم بهدف جذب الانتباه المتلقي.

الكلمات المفتاحية: اعلام التفاهة، القيم المجتمعية، الشباب الجزائري، تأثير.

Abstract :

This study aims to know the effect of the media of insignificance on the societal values of the Algerian youth, by taking a model represented by the page of the content maker "Caroline" on the "Facebook" website, in order to know the topics addressed and the methods used in creating the content on the page under study. The main question is, what are the societal values that the content creator, Caroline, addressed through her Facebook page? This study was carried out using the method of content analysis for a deliberately selected sample of 30 individuals from the videos of this page, by preparing an analysis form that included categories of form and categories of content, and the analytical descriptive approach was used, and the study resulted in results that the content creator "Caroline" publishes Superficial topics that negatively affect societal values, using technical methods and the easy language used in preparing the content presented in order to attract the attention of the recipients.

Keywords : flags of insignificance, societal values, Algerian youth, impact.

فهرس المحتويات

صفحة	المحتويات
	شكر وتقدير
	اهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس
أ	مقدمة
	الجانب المنهجي
04	1- إشكالية الدراسة
05	2- فرضيات الدراسة
06	3- أهمية الدراسة
06	4- أهداف الدراسة
06	5- أسباب اختيار الدراسة
07	6- المنهج المتبع
08	7- مجتمع الدراسة
08	8- المعاينة وعينة الدراسة
10	9- أدوات الدراسة
14	10- حدود الدراسة الزمانية والمكانية
14	11- مصطلحات الدراسة
19	12- الدراسات السابقة
19	13- الخلفية النظرية للدراسة
	الفصل الاول: اعلام التفاهة
26	تمهيد:
27	المبحث الأول: إعلام التفاهة
27	المطلب الأول: مفهوم التفاهة
29	المطلب الثاني: نظام التفاهة
31	المبحث الثاني: مفهوم اعلام التفاهة.
32	المبحث الثالث: الخلفية التاريخية لظهور اعلام التفاهة.
32	المطلب الأول: الثقافة الجماهيرية Mass Media.

34	المطلب الثاني: صناعة الثقافة
36	المطلب الثالث: مجتمع الفرحة
37	المبحث الرابع: البيئة الرقمية والشبكات الاجتماعية كدعامة لإعلام التفاهة.
39	المبحث الخامس: التربية الإعلامية والرقمية سبيل للحد من اعلام التفاهة.
	الفصل الثاني: القيم المجتمعية وتحولاتها في الجزائر
43	تمهيد
44	المبحث الاول: خصائص القيم المجتمعية ووظائفها.
44	المطلب الأول: خصائص القيم المجتمعية
46	المطلب الثاني: وظائف القيم.
47	المبحث الثاني: أنواع القيم المجتمعية.
51	المبحث الثالث: أهمية القيم المجتمعية.
52	المبحث الرابع: القيم المجتمعية في الجزائر.
55	المبحث الخامس: مؤشرات القيم الجديدة في عصر التفاهة.
	الجانب التطبيقي
59	تمهيد
60	أولا: بيانات الصفحة محل الدراسة
60	ثانيا: التحليل الكمي والكمي للمضمون
60	أ- تحليل فئات الشكل
66	ب-تحليل فئات المضمون
72	ثالثا: مناقشة ومعالجة الفرضيات
73	رابعا: نتائج العامة للدراسة
78	خاتمة
80	قائمة المصادر والمراجع
88	الملاحق

قائمة الجداول

رقم	عنوان الجدول	صفحة
01	يقدم معلومات عن الفيديوهات التي تمثل عينة البحث	09
02	يوضح تفرغ بيانات الصفحة محل الدراسة.	60
03	يوضح تفرغ فئة اللغة المستخدمة على كل منشورات الصفحة المدروسة	60
04	يوضح تفرغ فئة اشكال اللباس المنشورات على الصفحة المدروسة	61
05	يوضح تفرغ فئة اللقطات المستخدمة صانعة المحتوى "كارولين" على موقع فيس	62
06	يوضح تفرغ فئة التفاعل المتابعين مع الصفحة محل الدراسة.	63
07	يوضح تفرغ فئة مكان التصوير الموجود على الصفحة محل الدراسة.	63
08	يوضح توزيع فئة الأساليب الفنية التي تستخدمها صانعة المحتوى "كارولين" في	64
09	يوضح توزيع فئة تسريحات الشعر صانعة المحتوى "كارولين".	65
10	يمثل تفرغ فئات الشخصيات التي ظهرت مع صانعة المحتوى "كارولين" على	65
11	يوضح تفرغ فئة المواضيع الموجودة في الصفحة محل الدراسة.	66
12	يوضح أهداف الموجودة على الصفحة صانعة المحتوى "كارولين"	67
13	يوضح تفرغ فئة العادات على الصفحة محل لدراسة	68
14	يوضح تفرغ فئة القيم الموجودة على صفحة صانعة المحتوى "كارولين"	69
15	يوضح تفرغ مصادر المعلومات في فيديوهات صانعة المحتوى "كارولين"	70
16	يوضح تفرغ فئة الجمهور المستهدف في فيديوهات صانعة المحتوى "كارولين"	70
17	يوضح تفرغ فئة الاساليب الاقناعية التي تستخدمها صانعة المحتوى "كارولين"	71

مقدمة

مقدمة:

أدى ظهور الإعلام الرقمي بشكل خاص والشبكات الاجتماعية بشكل عام، إلى تطورات جمة في مختلف المجالات، فقد نقلت الإعلام إلى آفاق مسبوقة، نظرا لتعاظم استخداماتها في السنوات الأخيرة وفرضها لسيطرتها على الساحة الإعلامية والاتصالية على جميع المجتمعات، أصبح مستخدموها يتجاوزون المليارات وعدد متابعيها في شكل متزايد لحظيا، فهي تستهوي متابعيها من جميع الفئات وهو ما جعلها سلاح ذو حدين فهي من شأنها زيادة ثقافة الفرد وتوسيعها وحثه على العديد من القيم المجتمعية، ومن جهة أخرى قد تساهم في تهميش سلوكيات والعادات الإيجابية التي تخطت أطر القيم المجتمعية.

نتيجة لما سبق ذكره أدى الإعلام الرقمي والشبكات الاجتماعية إلى تفشي الكثير من الظواهر الدخيلة على العالم العربي خصوصا في العقد الأخير، فالملاحظ نجد أنه ازدادت ظاهرة تعظيم العديد من الفنانين والمشاهير وغيرهم مع عدم تمييزهم أو تأثيرهم الإيجابي في المجتمع، ووصل الأمر أن تنصدر الأفكار التافهة التي ليس لها معنى واستبعاد كل ما هو مفيد أو مؤثر في العديد من المجالات، وأصبح المشاهدون يستهلكون منتوجات إعلامية بصرف النظر على القيمة والفائدة التي تعود عليهم وعلى المجتمع.

الغريب ان بعض المجتمعات المحافظة تحولت إلى مجتمعات تصنع التفاهة وتروج لها بشتى الطرق وتحولت إلى الترفيه المبالغ فيه بعد ان كانت هناك ضوابط مجتمعية، تحول على إثر هذا من مجتمع صانع للمعرفة إلى مجتمع صانع للتفاهة ومستهلك لها في نفس الوقت ويصبح هلوعا يجزع لصغائر الأمور ويتأثر بتوافه الأشخاص.

كل هذا يمكن حصره في إعلام التفاهة، فهو ذلك الإعلام الذي يحول الأمور الجادة الى حالة من السطحية وهذا الاعلام وجد مكانة في معظم المجتمعات من بينها الجزائر، ولعل اللافت للانتباه أن أغلب المضامين التي يتم عرضها قد انحدرت قيما وسلوكيا بدرجة لافتة في المحتوى المطروح ومعظمها يعكس التسطيح الفكري والثقافي فلا يمكن وصفها إلا بالتفاهة، هذا بالطبع يعد تغذية سلبية لسلوك المجتمع الجزائري والمخزن فعلا هو الغياب الأجهزة الإعلامية في إبراز المواهب.

كما ان صناع المحتوى اقتحموه محاولين بمختلف الطرق ممارسة التفاهة من خلال الشبكات الاجتماعية ومن بينها فيسبوك، هذا الأخير الذي يتيح إمكانية فتح صفحات خاصة للمستخدم يشتر فيها صور وفيديو وبث

مباشر وغيرها من الوسائط المتعددة، ومن بين المضامين السطحية صانعة المحتوى "كارولين" التي تنشر مواضيع تافهة على صفحتها الرسمية في موقع فيسبوك، والدور الذي تلعبه في التأثير على القيم المجتمعية لدى الشباب الجزائري، لذلك تقدم هذه الدراسة لتحليل محتوى عينة من فيديوهات الحملة على صفحتها الخاصة.

تكونت خطة البحث من مقدمة عامة وجانب منهجي انطلق من اشكالية وأسئلة البحث وفرضيات البحث مع اهداف البحث وأهميته، والمنهج المتبع ومجتمع البحث، وتحديد عينة البحث وحدود الدراسة وادوات البحث وتحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة مع الاستناد على خلفية نظرية للبحث والقيام بإسقاط نظري للدراسة.

كما قدمت الخطة في جانبها النظري فصلين تناول الأول إعلام التفاهة، وضم خمسة مباحث أولهما بعنوان مفهوم التفاهة وضم مطلب واحد بعنوان نظام التفاهة، وكان المبحث الثاني بعنوان مفهوم إعلام التفاهة، والمبحث الثالث بعنوان الخلفية التاريخية لظهور إعلام التفاهة وضم ثلاث مطالب نذكرها على التوالي: الثقافة الجماهيرية، صناعة الثقافة، مجتمع الفرجة، اما المبحث الرابع فجاء بعنوان التربية الرقمية والشبكات الاجتماعية كأداة لإعلام التفاهة، و آخر مبحث جاء بعنوان التربية الاعلامية والرقمية سبيل للحد من إعلام التفاهة، وتناول الفصل الثاني القيم المجتمعية في الجزائر وتحولاتها وضم خمس مباحث حيث جاء المبحث الاول بعنوان خصائص القيم المجتمعية ووظائفها وضم مطلب واحد بعنوان وظائف القيم، والمبحث الثاني بعنوان أنواع القيم المجتمعية، والمبحث الثالث بعنوان أهمية القيم المجتمعية، اما المبحث الرابع فجاء بعنوان القيم المجتمعية في الجزائر، وجاء المبحث الخامس بعنوان مؤشرات القيم الجديدة في عصر التفاهة.

وجاء الجانب التطبيقي في التعريف بالصفحة صانعة المحتوى "كارولين" على موقع فيسبوك وضم تحليل النتائج الخاصة بالمضمون والشكل، اضافة الى رصد نتائج العامة لدراسة، مقارنة النتائج بالفرضيات وتحديد صحة الاسقاط النظري على الدراسة، وبعدها الخروج بخاتمة للبحث وعرض للقائمة المراجع وإرفاق البحث بالملاحق التي استخدمت فيه.

الجانب المنهجي

1- إشكالية الدراسة:

أضحى اعلام التفاهة ظاهرة عالمية واسعة التداول بصورة مثيرة للانتباه، فمثلا مواقع الهابطة تحصي أعضاء يتجاوزون مئات ملايين في العالم، ويتم اعتناقها بحماسة من قبل الشباب، اما عن الحوافز التي تدفع الافراد للاشتراك في هذه المواقع الهابطة متعددة، وقد عمل اعلام التفاهة على احداث تغيير عميق في البنية المجتمعية والقيم للأفراد الذين يستعملونها بكثرة، وبما ان الشبكات الاجتماعية أسهمت في تفعيل المشاركة لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة، فإن لها أيضا الدور في المناصرة والتفاعل في مثل هذه المواقع.

أصبحت التفاهة صفة بارزة بدت منتشرة في عصرنا الحالي وسيطرت على جميع مجالات الحياة، إضافة الى ان الثقافة والفنون ومختلف العادات والتقاليد أصبحت ترسخ لمثل هذه المنظومة، واستطاع التافهين عن طريق استخدامهم مختلف الوسائط ان يظهروا للمشاهد العام مصطحبين في ذلك اذواقهم المنحطة والرديئة بل فرضوا أنفسهم على شاشات التلفاز، وهم بهذا نجحوا في السيطرة على عقول وتفكير الناس، فهم يسعون وراء ذلك تحقيق الشهرة وزيادة المال والربح الكثير، من خلال أعمالهم هذه عديمة المنفعة الخالية من القيم والمعيار الجمال الحقة.

تساعد طبيعة انتشار الفيديوهات عبر تطبيقات الشبكات الاجتماعية على جذب آلاف التعليقات وملايين المشاهدات والإعجازات، مما يشجع على زيادة معدلات المشاركة من جانب الشباب، حيث يشير Crick الى ان الخصائص الإبداعية والاجتماعية، الاقتصادية لتطبيقات الاجتماعية تهدد ثوابت القيم المجتمعية من خلال إعادة تشكيل الواقع الرقمي للمجتمع ويهيمن عليها ترسيخ من القيم المجتمعية المشوشة للمستخدمين، بحيث ساهم اعلام التفاهة في تغيير القيم لكثير من الشباب عبر العالم من خلال نقل وتوصيل التغييرات عبر مجتمعات في صورة فيديوهات قصيرة.

بما أن المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات على هذا العالم الافتراضي، يتأثر بطريقة مباشرة او غير مباشرة، وإذا ربطنا هذا التأثير فنجده يتمحور في ظهور صفات جديدة ومركبة التي تصب كلها في القيم والميول الفكري، فتغير الذي احداثه اعلام التفاهة قد تجسد في مظاهر سلبية، ورسمت الشبكات الاجتماعية ملامح جديدة متجسدة في خلق الافراد للعالم الافتراضي وانغلاقهم داخله والمثير ان هذا الحساب صار بنسبة له عالما يحتويه أكثر بغض عما ينشر فيه من محتويات تافهة.

- في ظل ما سبق ذكره في هذه الدراسة في تسليط الضوء حول تأثير اعلام التفاهة على القيم المجتمعية التي يحملها الشباب الجزائري وفق رؤية تحليلية لتطبيق الفيس بوك والتيك توك، نطرح التساؤل العام التالي:
- ماهي القيم المجتمعية التي تناولتها صناعة المحتوى "كارولين" من خلال صفحتها على موقع فيسبوك؟
- حيث يندرج تحت التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:
1. ماهي الأساليب الفنية واللغة المستخدمة صناعة المحتوى "كارولين" في عرض الفيديوهات الخاصة بها على موقع الفيس بوك؟
 2. ماهي القيم المجتمعية التي تعكسها صناعة المحتوى "كارولين" من خلال الممارسات التي تقوم بها على موقع الفيس بوك؟
 3. ما اشكال تفاعل المتابعين مع المحتوى الذي تنشره صناعة المحتوى "كارولين"؟
 4. ماهي الأهداف التي تسعى صناعة المحتوى "كارولين" لتحقيقها؟
 5. ماهي الاستمالات المستخدمة من طرف صناعة المحتوى "كارولين" للتأثير على المتابعين؟

2- فرضيات الدراسة:

للفرضيات أهمية بالغة في البحوث العلمية، فهي تساعد الباحث في الوصول الى الحقائق التي يبحث عنها، وعملية اختيار الفرضيات تعتبر من اهم مراحل تشكيل البحث العلمي، ويهدف الإجابة على التساؤلات المطروحة مسبقا، نقترح مجموعة من الفرضيات لمعرفة صحتها او بطلانها وهي كالاتي:

الفرضية الأولى:

- تعتمد صناعة المحتوى "كارولين" على الأساليب الفنية متعددة في صناعة محتوى على موقع الفيس بوك تتمثل في أسلوب التصوير وتستخدم اللغة العامية في ذلك.

الفرضية الثانية:

- تعكس صناعة المحتوى "كارولين" قيم مجتمعية منافية من خلال الممارسات التي تقوم بها في فيديوهات على موقع الفيس بوك؟

الفرضية الثالثة:

- يتم التفاعل مع ما تقدمه صناعة المحتوى بالاعجاب و المشاركة.

الفرضية الرابعة:

- تسعى صناعة المحتوى الى الترويج للقيم الغربية داخل المجتمع الجزائري .

3- أهمية الدراسة: ككل بحث علمي مبني على أسس سليمة، ينطلق من أهمية الظاهرة المدروسة الى ان يحاول الوصول الى النتيجة المرغوبة، وموضوع دراستنا يكتسي صبغة الأهمية التي تكمن في التعرف على الموضوع له من الأهمية وإثراء مجال البحث العلمي، حيث تعالج مشكلة مستعصية المتمثلة في الثقافة اللامعنى في الإعلام التي تكاد تسيطر على الفضاء الافتراضي العام من خلال الشبكات الاجتماعية بشكل خاص. كما تبرز أهمية الدراسة في إبراز التغير في القيم المجتمعية لدى الشباب الجزائري كون أن للقيمة أهمية خاصة في حياة الفرد والجماعة، فيها تتشكل الثقافة، وعن طريقها يبدو طريق التقدم والنمو، فتسعى هذه الدراسة إلى توضيح مدى تأثير إعلام التفاهة في تغيير القيم المجتمعية لدى الشباب الجزائري.

4- أهداف الدراسة:

ان قيمة البحث العلمي من قيمة الأهداف المسطرة، حيث يتوجب على الباحث قبل الشروع في عملية البحث من تحديد الأهداف التي يسعى الى تحقيقها، وعليه تهدف هذه الدراسة إلى:

1. محاولة رصد ظاهرة التفاهة في المضامين صانعة المحتوى "كارولين" وتحليل أبعادها وآثارها على

الفرد والمجتمع.

2. نقد محتويات التفاهة في الشبكات الاجتماعية ومحاولة وضع توصيات من أجل التقليل من

استهلاك الإعلام التفاهة.

3. تقديم سبيل للحد من تفشي التفاهة المتمثل في التربية الإعلامية والرقمية.

5- أسباب اختيار الدراسة:

تعتبر عملية اختيار موضوع الدراسة هي اول خطوة يخطوها الباحث، حيث يبين ويبرز من خلالها الموضوع الذي آثار فضوله، ومن المعروف ان هذا الاختيار لا بد له من أسباب جعلت الباحث يختار الموضوع دون غيره، وبدورنا كباحثين دفعنا بنا مجموعة من الأسباب لاختيار هذا الموضوع وهي كالآتي:

الأسباب الذاتية:

- اهتمامنا بكل ما تعلق بالإعلام التفاهة والميل النفسي لدراسة مواضيع تعالج هذا الأمر.
- ما نشاهده من تدني القيم وعدم الالتزام في كل مناحي الحياة الأمر الذي زاد من رغبتنا في دراسة هذا الموضوع.
- الميول الى البحوث التحليلية.
- الرغبة وحب الاطلاع على حيثيات هذا الموضوع.

الأسباب الموضوعية:

- من الأسباب الموضوعية هو ان الموضوع حديث بما يؤثر على مدى رضانا بالدراسة.
- انتشار الكبير للمحتويات التافهة في الإعلام والترويج لها بالشتى الطرق خاصة الشبكات الاجتماعية.
- إضافة الى اتساع حجم المستهلكين على إعلام التفاهة خاصة المراهقين والشباب فكان سببا للوقوف على خلفيات الموضوع.
- الجدل الحاصل حول أثر اعلام التفاهة والقيم التي يحتويها محتوياته وبرامجه.
- اختيارنا لصناعة المحتوى "كارولين" كونها تنتمي الى ولاية تيارت فكانت سببا للوقوف على محتواها اضافة الى الشهرة التي اخذتها.

6- المنهج المتبع:

المنهج هو ذلك الطريق المؤدي إلى كشف الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل في النهاية إلى نتيجة معلومة، بمعنى إن المنهج "هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة وبمعنى آخر هو مجموعة من الإجراءات والخطوات التي يضعها الباحث عند دراسته مشكلة بحثه".¹

تفرض طبيعة دراستنا التي تسعى الى معرفة " أثر اعلام التفاهة على القيم المجتمعية لدى الشباب الجزائري " وذلك بالاعتماد على منهج مناسب في كل مراحل البحث العلمي، وقد استندنا في دراستنا الى المنهج الوصفي التحليلي لوصف المضامين التافهة واثارها على قيم الشباب، ومن ثم تحليل المعلومات وتفسيرها للوصول الى النتائج التي يمكن ان تسهم في تحقيق اهداف الدراسة وذلك باعتبار " المنهج الوصفي طريقة علمية منظمة لوصف الظاهرة عن طريق جمع وتصنيف وترتيب وعرض وتفسير وتحليل وتركيب المعطيات النظرية والبيانات الميدانية بغية الوصول الى نتائج علمية منظمة لوصف الظاهرة عن طريق جمع وتصنيف وترتيب وعرض وتفسير وتحليل وتركيب المعطيات النظرية والبيانات الميدانية بغية الوصول الى نتائج علمية توظف في السياسات الاجتماعية، بهدف اصلاح مختلف الأوضاع الاجتماعية".²

¹ -عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية، القاهرة، د ط، 1963، ص 5.

² -رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى، الجزائر، ط1، 2007، ص87.

وعليه استنادا لنوع الدراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الطريقة المنظمة لدراسة حقائق راهنة، متعلقة بظاهرة معينة بهدف اكتشاف حقيقة جديدة.

7- مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع البحث على أنه "جميع عناصر ومفردات المشكلة او الظاهرة قيد الدراسة"¹، وفي مجتمع بحثنا هنا يتمثل في كل الفيديوهات التي تقدمها صانعة المحتوى "كارولين" على موقع الفيس بوك، والتي تحتوي في مضامينها على ثقافة اللامعنى.

8- المعايير وعينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها "المجموعة الجزئية التي يقوم الباحث بتطبيق دراسته عليها، حيث تكون ممثلة لخصائص مجتمع الدراسة الكلي."² وبالنسبة للعينة المناسبة لدراستنا فهي من نوع العينة القصدية، او ما يطلق عليها بالعينة العمدية والتي تعرف بأنها " التقدير الشخصي للباحث في اختيار مفردات مجتمع البحث، وهذا انطلاقا من دراسته الكاملة والمفصلة لما يحتوي هذا المجتمع من مفردات، ولطبيعة هذه الأخيرة من حيث ما تتضمنه من معلومات وبيانات، وبالتالي اختيار تلك التي لها صلة بالبحث على الصعيد المذكور لتشكيل عينة البحث، دون الاخذ بعين الاعتبار عامل الانتظام او الصدفة في ذلك، بل فقط عامل التأكد الشخصي من فائدة الاختيار المحقق للنتائج النهائية للبحث."³

وتتمثل عينة دراستنا من الفيديوهات على صفحة الشخصية "كارولين" وعددها 30 مفردة (فيديو) على صفحة محل الدراسة في مدة ثلاث أشهر (فيفري، مارس، أبريل) من أصل 155 مقطع فيديو في تلك المدة.

¹-رجحي مصطفى عليان، مناهج وأساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيق)، دار صفاء، عمان، ط1، 2000، ص 173.

²-رزقي خليفي، منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، معارف مجلة علمية دولية محكمة، العدد(23)، 2017، ص282.

³-احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2010، ص180.

جدول رقم 01 يقدم معلومات عن الفيديوهات التي تمثل عينة البحث

رقم	عنوان الفيديو	تاريخ النشر	المدة الزمنية
01	مشترياتي في نهار اليوم	2023/02/23	59:11
02	شكرا أي كامل سقساو عليا	2023/02/21	46:40
03	عجوزتي وصلت وخرجت بناي يتعشاو	2023/02/18	34:42
04	هذا وين دخلت شوفو مشترياتي	2023/02/16	58:35
05	حمت بناي ورقدهم	2023/02/15	55:28
06	تعالو نخضرو سهرة رومانسية انا وزوجي	2023/02/13	1:19:34
07	رجعت من جلسة تاع اليزر	2023/02/7	1:02:04
08	رجعت للدار	2023/02/6	27:56
09	صورت فلوق خيال ارواحي نديرو عشا	2023/02/03	1:13:01
10	ضربني وبكا سبقتي وشكا	2023/02/01	1:10:11
11	هذا وش حضرت للفطور	2023/03/27	41:36
12	صباح العقود	2023/03/23	54:15
13	شبعونا هف وضحية ناس	2023/03/10	52:58
14	عصفورة خبرتني انو في وحدة حابة تخسر معايا	2023/03/19	59:45
15	نحيت لايف لأنه في تعليقات عجيبية	2023/03/17	28:37
16	داتي عيني هذا وين نضت	2023/03/16	1:15:20
17	وأخيرا وصل صندوق دبي	2023/03/29	1:00:27
18	جا وقت نظيب مسمنات	2023/03/06	1:08:08
19	الحمد لله رجعت بنتي توحشتها	2023/03/04	38:37
20	جاني حالي على سفنج	2023/03/03	57:48
21	راح ندير طعام عشا	2023/04/21	56:12
22	شكون تساعدني في الرحلة	2023/04/22	46:19

30:13	2023/04/23	اليوم عيد ميلادي	23
47:48	2023/04/30	هاذي حالة الوحدةانية في الغربية	24
1:14:14	2023/04/29	رسميا تطلقت ربي يرزقني أحسن منه	25
59:14	2023/04/19	راح نوجد صحوري العيد بالجمعة	26
43:32	2023/04/08	طونوبيل ب 300 بروجي بزوج ملايير	27
1:18:29	2023/04/07	ميسو علام هلاو	28
46:48	2023/04/21	عيدكم مبارك	29
58:07	2023/04/01	مسلسل الدامة اليوم صح كان في القمة	30

09- أدوات الدراسة: تعتبر أداة جمع البيانات الوسيلة التي يقوم بها الباحث في تحليل الظاهرة

وتفسيرها في إطار الدراسة، حيث لا بد للباحث اختيار أكثر الأدوات الملائمة لتحقيق الأهداف التي يسعى إليها، لذلك تعد الأداة الأنسب لدراستنا ما يلي:

1- أداة الملاحظة: أثناء جمع البيانات تبقى الملاحظة أساسية منذ البداية البحث الى نهايته، لأنها تزود

الباحث بالمعلومات حيث عرفها العساف صالح بن حمد "الانتباه المقصود الموجه نحو السلوك فردي او جماعي معين بقصد متابعة ورصد تغيراته ليتمكن الباحث بذلك من وصف سلوك فقط او وصفه وتحليله او وصفه وتقويمه".¹

اما الملاحظة العلمية فهي: "انتباه مقصود ومنظم ومضبوط للظواهر او الحوادث او الأمور بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها، او هي كل ملاحظة منهجية تؤدي الى الكشف عن حقائق الظواهر المدروسة وعن العلاقات بين عناصرها وبينها وبين الظواهر الأخرى".²

وبالرجوع الى اعتمادنا عليها في هذه الدراسة، فقد وظفنا الملاحظة البسيطة التي تستخدم في ملاحظة السلوك الطبيعي للفرد، واعتمدنا عليها في عملية جمع المعلومات والبيانات إضافة الى جمع سلوك صانعة المحتوى "كارولين"

¹-العساف صالح بن حمد، المدخل الى البحث في العلوم السلوكية، دار الزهراء، الرياض، ب ط، 2010، ص 366.

²-رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي -اساسياته النظرية وممارساته العلمية-، دار الفكر المعاصرة، دمشق، ط1، 2000، ص318.

2- أداة تحليل مضمون:

يعرفه عزري عبد الرحمان على انه " أحدث الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل الى الاستدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث او التحليل".¹

ويعرفه احمد مرسلبي بأنه " ان كلمة تحليل تعني تفكيك الشيء الى مكوناته الأساسية، في حين تشير كلمة مضمون الى ما يحتويه الوعاء اللغوي او التسجيلي الصوتي أو الفلمي أو الكلامي او الایمائي من معاني مختلفة، يعبر عنها الفرد في نظام معين من الرموز لتوصيلها الى الآخرين".²

وبعد تحديد الإشكالية وطرح الأسئلة واقتراح الفرضيات الدراسة والارتكاز على الجانب النظري وبعد المشاهدة للعينة المراد تحليلها عدة مرات، قمنا بإنشاء استمارة تحليل المضمون لتنظيم عملية التحليل وتصنيف مكونات المادة السمعية البصرية في البحث كآلي:

1- وحدات التحليل:

وهي وحدات المحتوى التي يمكن اخضاعها للعد والقياس ويعطي وجودها او غيابها او تكرارها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية تبعاً لأغراض البحث.³

1-1: وحدة الموضوع (الفكرة): وتعبر عن الفكرة التي يدور حولها الفيديوهات، ويعتبر من اهم وحدات التحليل المحتوى وقد يكون الموضوع جملة بسيطة او فكرة تدور حول قضية محددة سياسية كانت ام اجتماعية او غيرها، او كانت من موضوعات الاتصال الفردي او الجمعي".⁴

حيث سنركز على المواضيع الأكثر مناقشة من طرف صانعة المحتوى "كارولين"، لأنه يمكننا من فهم الهدف المراد تحقيقه وتوجه هذه المواضيع والأفكار.

¹ -اميرة قريني، رباب توامرية، الممارسات الإعلامية الجديدة للشركات التقنية -دراسة تحليلية لصفحة مشروع الفيس بوك للصحافة، قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص تكنولوجيا المعلومات، جامعة قلمة، 2017/2018، ص25.

² -احمد مرسلبي، مرجع السابق، ص250.

³ -محمد البشير بن طية، تحليل المحتوى في بحوث الاتصال مقارنة في إشكاليات والصعوبات، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد (13)، المجلد (14)، 2015، ص325.

⁴ -رشدي أحمد طعميه، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية (مفهومه - اسسه - استخداماته)، دار الفكر العربي، القاهرة، د ط، 2004، ص322.

2-1 وحدة اللغة: تشمل الكلمة التي تعتبر أصغر الوحدات وأسهلها استخداما في عملية الترميز، وعادة ما يوفر استخدامها عنصر الثبات في النتائج نتيجة الاتفاق على محددات الكلمة وتعريفها ثم الجملة التي تضم عددا من الكلمات، والفقرة التي تضم عددا من الجمل".¹

3-1 وحدة الزمن: وهي الوحدة التي تستعمل لدراسة شكل المادة المعروضة، وهي محددة على موقع فيس بوك.

حيث تساعدنا في معرفة المدة الزمنية التي تقوم بها صانعة المحتوى "كارولين" في معالجة موضوعاتها على صفحتها الشخصية على موقع فيس بوك.

- فئات التحليل المحتوى:

صنف بيرلسون أنواع الفئات الى نوعين رئيسيين، ويندرج تحت كل منهما عدد من الفئات التفصيلية، ويدور النوع من الفئات الرئيسية حول مضمون مادة الاتصال او المعاني التي تنقلها، ويسميه بيرلسون (فئات محتوى الاتصال) *What is said categories*، ويدور النوع الثاني من الفئات الرئيسية حول الشكل الذي قدم فيه هذا المضمون وانتقلت من خلال معانيه، ويسمى بيرلسون هذا النوع من الفئات (فئات شكل الاتصال) *How is said categories*.²

1- فئات الشكل (كيف قيل):

هي تلك الفئات التي تصنف المحتوى الشكلي للمضمون محل الدراسة، وعادة ما تحاول الإجابة على السؤال (كيف قيل)، وهي أحد ركائز تحليل المحتوى في الشكل الذي يقدم به المضمون الى جمهور القراء والمتفرجين او المستمعين من خلال مختلف قنوات الاتصال.³ وقد تم تحديدها في الفئات التالية:

- فئة اللغة المستخدمة: عامية، العربية الفصحى، الإنجليزية، سويدية.

- فئة أشكال اللباس: فاضح جدا، فاضح نوعا ما، محتشم نوعا ما، أزياء تقليدية.

- فئة اللقطات المستخدمة: اللقطات المقربة للصدر، اللقطات المقربة للخصر، اللقطات المتوسطة، اللقطات العامة.

- فئة تفاعل التفاعل: اعجاب، تعليق، مشاركة، حفظ، تعليق على التعليق.

¹ - محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الصحافة، القاهرة، ط1، 1996، ص150.

² - رشدي أحمد طعميه، مرجع سابق، ص278.

³ - يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، دار النشر طاكسيج كوم للدراسات والتوزيع، الجزائر، ط1، 2007، ص44.

- فئة مكان التصوير: داخلي، خارجي.

- فئة الأساليب الفنية: الإيماءات والحركات، الصور، فنيات أخرى، مؤثرات صوتية.

- فئة الشخصيات التي ظهرت في الفيديو: زوج، أبناء، آباء، أصدقاء، أخوة.

- فئة تسريحات الشعر: عادية، غريبة، حجاب.

2- فئة المضمون (ماذا قيل):

توجد عدة فئات تندرج تحت ماذا قيل في مادة الاتصال، ولعل أكثر الفئات عمومية في دراسة تحلي المضمون هي فئة موضوع الاتصال، وهي فئة عامة تتعلق بالموضوع الذي تدور حوله مادة الاتصال، ثم فئة اتجاه مضمون الاتصال، وهي تتمثل في تعرف وجهات النظر لمنتج مادة الاتصال، ثم فئة المعايير التي تطبق على مضمون الاتصال، وهي تتعلق بالمعايير التي يضعها الباحث للحكم على مادة الاتصال، وعادة ما يلجأ الباحث الى وضع مقياس كمي يصنف وفقه الاتجاهات المختلفة.¹

وقد تم تحديدها في الفئات التالية:

- فئة المواضيع: الدين، السياسة، الفن والتمثيل، روتين يومي، اخبار(شبكات اجتماعية)، المجتمع

الجزائري، تحميل، غربة.

- فئة الأهداف: تحريض، تخويف، إغراء، إشهار، تسلية وترفيه، الرد على التعليقات.

- فئة العادات: عادات أجنبية، عادات جزائرية أصلية.

- فئة القيم المجتمعية: كسر الروابط والعلاقات، ترويج للرقص والغناء، عدم تقبل النقد، السب والشتم،

ترويج للعري، كسر حاجز الحياء، السخرية والاستهزاء، تشويه صورة الجسد، انتهاك الخصوصية (أسرار زوجية)، الانتماء، المواطنة، العادات والتقاليد، الغرور، الرياء، التسامح.

- فئة الجمهور المستهدف: إناث، ذكور.

- فئة مصادر المعلومات: الشبكات الاجتماعية، بدون مصادر، أخرى.

- فئة الأساليب الإقناعية: الأساليب العقلية، الأساليب العاطفية.

10- حدود الدراسة الزمانية والمكانية:

¹ - إبراهيم مختاري، عبد الحق مجادي، دور اليوتيوبز في نشر الوعي السياسي لدى الرأي العام الجزائري - دراسة تحليلية لعينية من فيديوهات أنس تينا -، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، شعبة علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال والعلاقات العامة، 2020/2021، ص21

• **الحدود الزمانية:** استغرقت مدة انجاز هذه الدراسة حوالي ثلاث أشهر من 23 مارس الى 07 ماي 2023.

• **الحدود المكانية:** تم اجراء هذه الدراسة في المجال السيبراني (الالكتروني)، حيث تمت هذه الدراسة على موقع فيس بوك.

11- مصطلحات الدراسة:

1-إعلام:

لغة: جمع علم، والعلم والعلامة: شيء ينصب في الأماكن التي تحتاج لعلامة يهتدى به الضال، ويقال: أعلمت على كذا: جعلت عليه علامة، ويطلق العلم، ويراد به الجبل والراية، التي يجتمع إليها الجنود.¹ وأعلم يعلم، إعلاما، أعلمه الأمر اي أخبره به وعرفه إياه، وأطلعته عليه تعني أعلمه بما حدث من معلومة يجهلها...ويقال الخيل أعلم بفرسانها: يضرب في الاستعانة بمن خبر الأمور وعرفها على حقيقتها.²

اصطلاحا: عرفه إبراهيم امام بأنه: " تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع او مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجمهور واتجاهاته وميوله."³

اجرائيا: هو عملية تزويد الجماهير بالمعلومات والاخبار بالوسائل الخاصة بحيث يلتزم الاعلام بالصدق.

¹ -عبد الرحمن عبد المنعم محمود، معجم المصطلحات والالفاظ الفقهية، دار الفضيلة، القاهرة، ج1، د ط، 2007، ص 237.

² - احمد مختار عبد الحمد عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، القاهرة، ج2، ط1، 2008، ص 1541.

³ -صفاء محمد المبيض، دور المرأة في المجال الإعلامي المعاصر في الفقه الإسلامي، قدمت هذه الدراسة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص القانون، جامعة الإسلامية، 2009، ص 5.

2- التفاهة:

لغة: جاء في المعجم الجامع التاء والفاء والهاء أصل واحد، وهو قلة الشيء يقال تَفَهُ الشيء، فهو تافه، إذا قَلَّ، تفه الشيء يتفه تفهه وتفوها وتفاهة: قَلَّ وخسَّ، فهو تفه وتافه، ورجل تافه العقل أي قليله.¹

اصطلاحاً: كلمة مشتقة من Mediocrity وهي كلمة تستخدم لوصف طبيعة الشخص أو حالته من حيث التفاهة أو الابتذال أو السخافة أو تواضع المستوى.²

اجرائياً: تعني التفاهة التكلم في الأمور السطحية التي ليس لها معنى وان يتكلم التافه في جميع مجالات الحياة بدون عقلانية.

3- اعلام التفاهة: هو ذلك الاعلام الذي يقوم بتزويد الجماهير بثقافة اللامعنى التي لا تحمل معارف

علمية بواسطة وسائل اعلام الجماهيرية والالكترونية.

ان مفهوم اعلام التفاهة وفق ما يتم اعتماده في هذه الدراسة نعني به أساسا وسائل نقل اخبار تافهة وتقدم معلومات سطحية، بوجود رسالة إعلامية تهدف الى نشر (اخبار، معلومات، أفكار، آراء، بلا معنى وتنتقل في اتجاه واحد من المرسل الى المتلقي، يسمى المرسل وسيلة الاعلام، والمستقبل هو الشاهد أو القارئ أو المستمع حسب نوع الوسيلة الإعلامية، وحديثا أصبح المتلقي له دور في انتشار اعلام التفاهة، من خلال المشاركة والاتصال بالمحتويات التافهة أو ما يكتبه من تعليقات أو إضافات عليها وان كان هذا لا يدخل ضمن التأثير العام، الا ان كل من المرسل والمتلقي ساهما في انتشار اعلام التفاهة.

4- تأثير:

لغة: لقد وردت لفظة التأثير في لغة الفقهاء على انه: "التأثير من أثر، ترك العلامة في الشيء ومنه تأثير العلة في الفراغ أي تخليقها الحكم فيه."³

اصطلاحاً: التأثير "هو القدرة على احداث التغيير في الآخرين لا يرى إلا من خلال الأثر الذي تسبب في إحداثه دون استخدام القوة والسلطة الرسمية."⁴

إجرائياً: يقصد به التغيير الحاصل في سلوكيات الآخرين من خلال الأثر.

¹ -زيد محمد اسعد غانم، المعجم الجامع (التاء والذال)، قدمت هذه الدراسة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص اللغة العربية، جامعة النجاح الوطنية دراسات العليا، 2001، ص142.

² -ألان دونو، تر: مشاعل عبد العزيز الهاجري، نظام التفاهة، دار سؤال للنشر، بيروت، د ط، 2020، ص14.

³ -محمد رواس قلعة جي، حامد صادق قنبي، معجم لغة الفقهاء، دار النفائس، بيروت، د ط، 1985، ص120.

⁴ -محمد منير سعد الدين، قراءة في الاعلام المعاصر والإسلامي، دار بيروت، بيروت، ط2، 1998، ص15.

5-القيم:

لغة: جاء في القرآن الكريم

قوله تعالى: (ذلك الدين القيم فلا تظلموا فيهن) [التوبة 36].¹

ومعناه القيم هنا أي المستقيم الذي عوج فيه من الحق والخير ومعناه محاسن الأخلاق والسلوك. وقد ارتبطت القيمة في جانبها الإيجابي بالفضائل الخلقية، وفي جانبها السلبي بالنقائص أي الرذائل، وقد وردت كلمة القيمة مشتقة من الفعل اللاتيني VALES بمعنى " انا اقوى " هذا يعني ان القيمة تحتوي على معنى المقاومة والصلابة.²

عرف لسان العرب القيمة " بأنها فرد القيم والقيمة ثمن الشيء بالتقويم، نقول: تقاوموا فيما بينهم، وإذ انقاد الشيء واستمرت طريقته، فقد استقام لوجه"³.

اصطلاحا:

-القيم في المنظور التربوي الإعلام: القيمة التربوية الإعلامية هي " التي نريد تربية الجمهور عليها، بحيث تدخل ثقافتهم، وسلوكهم، ومعتقداتهم وتسعى إلى إدراج هذه القيمة في معارفهم وكل ما يرون ويسمعون في وسائل الاتصال"⁴

-القيمة في الإعلام: " هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور، وهي التي تكشف عن جوهر الحدث، وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم"⁵

يعرفها خليفة بأنها "عبارة عن الأحكام التي يصدرها الفرد بالتفضيل أو عدم التفضيل للموضوعات أو الأشياء وتتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد بمعارفه وخبراته وبين ممثلي الإطار الحضاري الذي يعيش فيه ويكتسب من خلاله هذه الخبرات والمعارف."⁶

¹-قرآن الكريم، رواية ورش نافع سورة التوبة آية 36، سورة يوسف آية 43، سورة الروم آية 43.

²-نجلاء الجمال، دور الاعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب - دراسة تطبيقية على الشباب المصري -، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، المجلد (5)، العدد (3)، 2018، ص 154.

³-ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، القاهرة، د ث، ج 5، 3873.

⁴-عبد الجبار دولة، أبعاد غائبة (التربية الإعلامية في المجتمع العربي المعاصر، مفهومها، مجالاتها، نتائجها، مركز الناقد الثقافي، دمشق، د ط، 2009، ص 35.

⁵-محمد مزيان، القيم والاتجاهات في علم الاعلام والاتصال، دار لالة سكيينة، الجزائر، ط1، 2003، ص 15.

⁶-عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم دراسة نفسية، عالم المعرفة، العدد(160)، (د م)، الكويت، د س، ص 51.

اجرائيا: المبادئ والمعايير الموجهة للسلوك الإنساني، وهي أحد العوامل الأساسية التي تكون الاتجاهات والسلوك الفرد والتي تحدد ما هو مرغوب فيه والتي تساعد على تقويم معتقداته وفعاله وصولا الى المثل العليا والسمو الخلقي للذات ويكتسب تلك المعتقدات من خلال نمط التربية في المجتمع.

6-المجتمع:

لغة: "هو مصطلح مشتق من الفعل جمع، وهو عكس كلمة فرق، كما أنّها مشتقة على وزن مفتعل، وتعني مكان الاجتماع، والمعنا الذي يقصد بهذه الكلمة هو جماعة من الناس، وهذا رد على من يعتقد أنّها كلمة خاطئة ويقول إنّه ينبغي استخدام كلمة جماعة بدلا منها، ويسمى العلم الذي يعنى بدراسة المجتمع من جميع نواحيه بعلم الاجتماع والمجتمع لغة كما جاء في معجم المعاني الجامع هو عبارة عن فئة من الناس تشكل مجموعة تعتمد على بعضها البعض، يعيشون مع بعضهم، وتربطهم روابط ومصالح مشتركة وتحكمهم عادات وتقاليد وقوانين واحدة."¹

اصطلاحا: " في معناه الحديث نسق من المؤسسات، وأنماط العلاقات، وأشكال التنظيم، والمعايير...، تؤلف كيانا كلياً ذا علاقات متبادلة بين مكوناته، وتعيش في نطاقه مجموعة من البشر، وفي ضوء هذا التعريف لا يوجد تعريف بسيط للمجتمع، يمكن ان يلائم جميع النظريات."²

اجرائيا: هو مجموعة من الافراد يعيشون مع بعضهم البعض تربطهم حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية من اجل البقاء.

7-القيم المجتمعية:

لغة: القيم مجتمعية لفظ مكون من كلمتين هما: «القيم» «والمجتمعية» والمجتمعية في اللغة: نسبة الى المجتمع وهو موضع الاجتماع والجماعة من الناس.³

¹-عبد الرزاق منصور حسن، بناء الانسان، أمواج للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2013، ص 187.

²-أندرو إدجار وبيتر سيدجويك، تر: هناء الجوهري، موسوعة النظرية الثقافية المفاهيم والمصطلحات الأساسية، المركز القومي للترجمة، القاهرة، د ط، 2009، ص 584.

³-إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، دار الدعوة، ج1، د ط، دس، ص136.

اصطلاحاً: عرفه [تالكوتبارسونز] بأنه «نوع من النظام الاجتماعي يتسم بأعلى مستوى من الاكتفاء الذاتي فيما يتعلق ببيئته، بما في ذلك النظم الاجتماعية الأخرى، ويعرف المجتمع بأنه: هوية اجتماعية ذات سيادة مع دولة وطنية فيمركزها تنظيم الحقوق والواجبات لكل مواطن».¹

والقيم المجتمعية تعرف بأنها: «مجموعة من المعتقدات تتسم بقدر من الاستمرار النسبي، وتمثل موجهات لأشخاص نحو غايات أو وسائل لتحقيقها أو أنماط سلوكية يختارها ويفضلها هؤلاء الأشخاص بديلاً لغيرها».²

وتعرف بأنها: «مجموعة من القوانين والمقاييس التي تنبثق من جماعة ما، وتكون بمثابة موجهات للحكم على الأعمال والممارسات المادية والمعنوية، وتكون لها قوة التأثير على الجماعة بما لها من صفة الضرورة والإلزام والعمومية، وأي خروج عليها أو انحراف عنها يصبح بمثابة خروج عن أهداف الجماعة ومثلها العليا».³

- هي مجموعة المبادئ التي يتمسك بها مجتمع معين صراحة أو ضمناً، وهي معايير تعمل وفق مبادئ دينامية في التاريخ وتقدم معنى الانجازات المجتمعية.⁴

إجرائياً: هي معايير ومقاييس وأسس ومبادئ يكتسبها الفرد والجماعة والتي تجعله يسير حياته ويقوم بتبني معتقدات جديدة في حال تعارض هذه القيم ومجتمعها وتتعدد أنواع القيم المجتمعية بين قيم اجتماعية واقتصادية وسياسية وجمالية وثقافية.

8- الشباب:

لغة: جاء في قاموس المحيط "لمجد الدين الفيروز آبادي" ان كلمة شب من شبيب وان الشباب هو الفتاء والحادثة، وشباب الشيء أوله، وتجمع على شباب شبان وشواب، والشباب ظاهرة اجتماعية تشير الى مرحلة

¹ -جون سكوت، تر: محمد عثمان، علم الاجتماع-المفاهيم الأساسية-، الشبكة العربية للأبحاث، بيروت، ط1، 2009، ص ص 335-336.

² -مثيب بن محمد بن عبد الله البقمي، اسهام الاسرة في تنمية القيم الاجتماعية لدى الشباب، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير من كلية التربية، جامعة ام القرى، 2009، ص 39.

³ -مثيب بن محمد بن عبد الله البقمي، المرجع السابق، ص 39.

⁴ -امل محمد نبيل بدر، الدور التربوي لوسائل الاعلام في بناء وترسيخ القيم المجتمعية، كلية العلوم التربوية _ جرش للبحوث والدراسات _، المجلد (15) العدد(1)، 2013 ص3.

من العمر تعقب مرحلة المراهقة وتبدو من خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة، ويعد الشباب من أكثر الشرائح الاجتماعية تفاعلا مع التغيير الحاصل في المجتمع وخاصة التغيير التكنولوجي.¹

اصطلاحا: يستخدم " كينستون" مصطلح الشباب لكي يقصد به " أولئك الافراد الذين يدخلون في مرحلة أخرى من مراحل نموهم تلي فترة المراهقة وتسبق فترة الرشد.²

اجرائيا: هي مرحلة الحيوية والنشاط تنحصر بين العمر الخامس عشر الى الثلاثين عاما في حياة الانسان. الدراسات السابقة: تعرف الدراسات السابقة على انها الابحاث والدراسات التي جرت في المجال الذي يبحث فيه الباحث فهي تزوده بالأفكار عن موضوع بحثه ونظرا لحدائثة موضوع دراستنا لم نجد اي دراسة تطرقت لموضوع تأثير إعلام التفاهة على القيم المجتمعية لدى الشباب الجزائري.

12- الدراسات السابقة:

تعرف الدراسات السابقة على انها الابحاث والدراسات التي جرت في المجال الذي يبحث فيه الباحث فهي تساعده في تزويده بأفكار عن موضوع بحثه، ونظرا لحدائثة موضوع بحثنا لم نجد اي دراسة تطرقت الى إعلام التفاهة وتأثيره على القيم المجتمعية لدى الشباب الجزائري.

13- الخلفية النظرية للدراسة:

يهدف بحثنا الى معرفة دور المضامين التفاهة في التأثير على القيم المجتمعية والتي تعتبر الشبكات الاجتماعية الركيزة الأساسية في انتاج التفاهة وهو ما يجعل دراستنا تقع تحت غطاء النظرية النقدية لوسائل الاعلام او مدرسة فرانكفورت.

1- مفهوم النظرية النقدية:

يقصد بالنظرية النقدية تلك النظرية التي كان يطلق منها رواد مدرسة فرانكفورت في انتقادهم للواقعية الساذجة المباشرة، فالنظرية النقدية تعني نقد النظام الهيكلية، ونقد الاقتصاد السياسي، وانتقد الجدلي، وتهدف هذه النظرية إلى إقامة نظرية اجتماعية متعددة المصادر والمنطلقات، كالاستعادة بالماركسية، والتحليل النفسي، والاعتماد على البحوث التجريبية وتعبير آخر، فالنظرية النقدية هي تجاوز للنظرية الكانطية، والمثالية الهيكلية، والجدلية الماركسية، فهي نقض للواقع، ونقد للمجتمع بطريقة سلبية ايجابية، ويعني هذا بشكل آخر أن نقد

¹- سامية الساعاتي، العربي التغيير الاجتماعي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، د ط، 2003، ص 27.

²- حميدة نواصية، أثر اعلام الجديد على قيم الشباب دراسة ميدانية من منظور الحتمية القيمة في الاعلام على الشباب، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2018/2019، ص 92.

متناقضات المجتمع، ليس فعلا سلبيا، بل هو فعل ايجابي في منظور مدرسة فرانكفورت، ويرتبط مفهوم " النظرية النقدية " بعنوان كتاب هوركايمر: " النظرية التقليدية والنظرية النقدية " (1937 م) ، وقد جمع فيه صاحبه مجمل التصورات التي عرف بها أصحاب مدرسة فرانكفورت سواء النظرية منها أو التطبيقية، كما ضمنه مجمل المقترحات التي كانوا يؤمنون بها لإنقاذ الدب وتصحيحه، ومن ثم فالنظرية النقدية هي تجاوز للنظريات الوضعية التي كانت ترفض التأميلية الانعكاسية منهجا في التعامل مع الموضوع المرصود ومن جهة أخرى فقد استهدفت النظرية النقدية تنوير الإنسان الملتزم تنويرا ذهنيا وفكريا، وتغييره تغييرا ايجابيا، بعد أن حررته من ضغوط الذاتية، عن طريق نقد المجتمع بتعريفه إيديولوجيا¹.

وعليه، فالنظرية النقدية عند هوركايمر هي: " ما تعبر عنه الاتجاهات الوضعية في نظريتها للنشاط البشري على أنه شيء أو موضوع خارجي داخل إطار من الحتمية الميكانيكية، على حين ترفض النظرية النقدية النظر إلى الوقائع الاجتماعية على أنها أشياء، ومن ثم ترفض طابع الحياد الذي تتسم به الوضعية، وتحاول في المقابل أن تطرح فكريا لا يفصل بين النظرية والممارسة.

وتهدف النظرية النقدية حسب هوركايمر إلى تحقيق مهام ثلاث:

أولها: الكشف في كل نظرية عن المصلحة الاجتماعية التي ولدتها وحددتها، وهنا يتوجه هوركايمر، كما فعل ماركس إلى ماركس، إلى تحقيق الانفصال عن المثالية الألمانية ومناقشتها في ضوء المصالح الاجتماعية التي أنتجتها.

والمهمة الثانية للنظرية النقدية عنده، هي أن تظل هذه النظرية على وعي بكونها لا تمثل مذهباً خارج التطور الاجتماعي التاريخي، فهي لا تطرح نفسها باعتبارها مبدأ إطلاقياً، أو أنها تعكس أي مبدأ إطلاقي خارج صيرورة الواقع، والمقياس الوحيد الذي تلتزم به هو كونها تعكس مصلحة الأغلبية الاجتماعية في تنظيم علاقات الإنتاج بما يحقق تطابق العقل مع الواقع، وتطابق مصلحة الفرد مع مصلحة الجماعة.

أما المهمة الثالثة فهي التصدي لمختلف الأشكال اللامعقولة التي حاولت المصالح الطبقيّة السائدة أن تلبسها للعقل، وان تؤسس اليقين بها على اعتبار أنها هي التي تجسد العقل، في حين أن هذه الأشكال من

¹ -سعد البازغي وميجان الروبلي، دليل الناقد الأدبي، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط2، 2000، ص200.

العقلانية المزيفة ليست سوى أدوات لاستخدام العقل¹ في تدعيم النظم الاجتماعية القائمة، وهو ما دعاه هوركايمر بالعقل الأداة¹.

2- موضوعات "مدرسة فرانكفورت" و موقعها من تيارات المنظومة النقدية:

تعطي هذه المدرسة الأولوية في تحليلها للمحيط الثقافي والاجتماعي الذي تتم فيه عملية الاتصال، ولذلك يطلق عليها البعض اسم " المدخل الاجتماعي الثقافي ". حيث تأثرت هذه المدرسة منذ البداية بالفكر الماركسي فكان لقد اعتقدت السيسولوجيا الوظيفية أنّ وسائل الإعلام هي الأدوات الجديدة للديمقراطية الحديثة، تلعب دورا حاسما في ضبط المجتمع وتنظيمه، ولهذا السبب فهي تستطيع أن تدافع عن النظرية التي يمكن بواسطتها إعادة إنتاج قيم النظام الاجتماعي وتثبيت الوضع الراهن أتباعها يركزون أساسا على المحيط الثقافي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي للبلد الذي تتم فيه عملية الاتصال.²

على عكس هذه الرؤية فإنّ النظريات النقدية ترى أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم والعمل على دعم الوضع القائم، لذلك كانت دراساتهم النقدية للأوضاع الإعلامية وانتشار "الثقافة الجماهيرية" بديلا عن الثقافة "الراقية" أو "الرفيعة" التي ترتقي بأذواق الجماهير، لوضع تفسيرات خاصة بانتشار صور المحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات أو الطبقات المسيطرة على المجتمع.³

وتعد نشأة ثقافة الإعلام نظام آخر من الأدوات الخاصة بالهيمنة و السيطرة العقلية، التي تم تحديدها من قبل كُتاب "مدرسة فرانكفورت"، بالإصرار على أن دور الهيئات الثقافية و التي منها الموسيقى الشعبية و السينما والراديو والتلفزيون والفيديو لها أهميتها في عدم رغبة البشر في القيام بأي شيء سوى الاندماج بشكل سلمي في مساعدتهم و معاونتهم، ومن ثمّ فإنّ المنظرين النقاد اشتهروا بانعزالهم وابتعادهم عن وسائل الترفيه الشعبية و العامة، باعتبارها غير إنسانية و عديمة القيمة، كما اقتنعوا بأنّ للفنّ وظيفته الواضحة في جعل الحقيقة الواقعية تافهة، حيث أنه يمثل سببا جذريا لتوافق و تسكين شرور المجتمع الحديث، و يقع ذلك على عاتق الثقافة الإعلامية.⁴

¹ -توم بوتومور، مرجع سابق، ص 207.

² -فضيل دليو، الاتصال، مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر، القاهرة، د ط، 2003، ص 27.

³ -عبد الحميد م، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، د ط، 2004، ص 147.

⁴ -جونز ف، تر: محمد ياسر الخواجة، النظريات الاجتماعية والممارسات البحثية، مصر العربية للنشر، القاهرة، د ط، 2010، ص 19.

3-المحددات المنهجية التي تسترشد بها النظرية النقدية:

-العقل الادائي: ولقد ظهر ذلك المنهج في دراسات الكثير من رواد هذه المدرسة ويقصد بالعقل الادائي،

أنه منطلق في التفكير وأسلوب رؤية العالم، ومعرفة علاقة الأشياء ببعضها البعض.¹

ويسمى السبب الادائي أو الوسيلى والذي تم وصفه بواسطة "جرايب، 1984" على أنه طريقة النظر للعالم الذي يبرر سيطرة الأفراد أحدهم على الآخر وسيطرة النظام على تخدير وتغييب الأفراد.²

-أسلوب دمج الثقافة بالنظام الاجتماعي: ويكون عن طريق دور الإعلام أو الثقافة الشعبية في عمليات

التفكير للأفراد ومن ثم تحويلهم إلى عدم القدرة على نقد المجتمع الذي يعيشون فيه.³

-طبيعة البنية الشخصية التي شكّلت من خلال النظام: عن طريق سيطرة وانتشار نمط معين من

الشخصية الذي لا يقبل فقط السيطرة أو الهيمنة ولكنه كذلك يرغب بالنشاط بها.⁴

في هذا الإطار صاغ "هوركايمر" و "أدورنو" إشكالية على غاية من الأهمية مفادها السؤال الآتي: ما هي حدود وفوائد آثار التكنولوجيا الحديثة للاتصال؟ الأمر الذي دفع المنظران أن ينشغلا بالإنتاج الصناعي للمواد الثقافية، إذ تعد الصناعة الثقافية في نظرهم نموذجاً ناجحاً لإفلاس الثقافة وسقوطها في التسليح، وإن تحول الفعل الثقافي إلى قيمة تجارية يقضي على قدرته النقدية، فالأمر يصبح جلياً هنا، هو ضرورة الربط بين التكنولوجيا والثقافة والسلطة والاقتصاد وبذلك محاولة اكتشاف مجموعة من الروابط المتشابكة والمعقدة في مجال الاتصال.⁵

وتعني الثقافة المصنعة، أي الثقافة المصطنعة التي ينتجها النظام إنتاجاً، وهي ثقافة زائفة تقف في مقابل الثقافة الشعبية الحقيقية الناتجة تلقائياً من تفاعل البشر ببعضهم البعض في إطار المجتمع، وإن إمكانية أن يمر الإنسان بتجربة الحاجات الزائفة هي فكرة متأصلة في النظرية النقدية، فالحاجة الحقيقية هي الحاجة التي تنبع من القوى المبدعة والعقلانية التي تجعل منا كائنات بشرية أو تعبر عنها، أنها الحاجة التي سوف تتمكن من تعميق علاقتي مع الآخرين وتثريهم.⁶

¹-عبد الرحمن عبد الله م، النظرية في علم الاجتماع: النظرية الكلاسيكية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د ط، 2006، ص440.

²-جونز، مرجع نفسه، ص18-19.

³-جونز، مرجع نفسه، ص18-19.

⁴-جونز، مرجع سابق، ص18-19.

⁵-لعياضي ن، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع: آراء ورؤى (مجموعة دراسات مترجمة)، دار القصة، الجزائر، د ط، 1999، ص106.

⁶-كريب إيان، تر: محمد حسين غلوم، النظرية الاجتماعية من بارسونز الى هامبرماس، عالم المعرفة، الكويت، 1999، ص ص286-302.

وبالتالي فان مدرسة فرانكفورت عكفت على نقد لثقافة الجماهير المبتدلة والموظفة التي تحتزل الثقافة إلى السلعة معايرة، وتحتزل المستمع إلى انقياده الامتثالي والمغتبط، من التسامي إلى الكبت، ونظرت إليها كأداة للسيطرة الايديولوجية ولم يتردد " تيودور ادورنو " و"هوركهايمر" في تأكيد أن الراديو بالنسبة للفاشية يشبه ماكنته المطبوعة بالنسبة لعصر الإصلاح الديني.¹

واعتبروا أن ما تقدمه وسائل الإعلام عبارة عن أعمال وضيفة أو تشويه للأعمال الراقية هدفها إلهاء الناس على البحث عن الحقيقة، فمن خلال التجارة العالمية والثقافة الجماهيرية ينجح الاحتكار الرأسمالي في تحقيق أهدافه حيث تكون السلعة هي الأساس والثقافة يمكن تسويقها أيضا لتحقيق الربح وهي تعمل من خلال مفهوم صناعة الثقافة على ترسيخ الأفكار الخاصة بسيطرة الطبقة المالكة أو المهيمنة على المجتمع بمفهومه الرأسمالي.²

الانتقادات الموجهة للنظرية النقدية:

أهم الانتقادات الموجهة إلى مفكري مدرسة فرانكفورت اختلاف آراءهم من شخص إلى آخر، واختلاف توجهات مدرسة فرانكفورت لما بعد الحداثة عن مدرسة فرانكفورت في فترة الثلاثينيات من القرن العشرين، كما استبعدت المدرسة اهتمامها بالتاريخ والاقتصادي إلى حد كبير، وانحرفت انحرافا كبيرا عن مبادئ الماركسية الكلاسيكية كما عند العاملة باعتباره طبقة ثورية سياسية فاعلة ومغيرة لذا وصفت مدرسة فرانكفورت بأنها: " ماركسية بدون بروليتاريا ". ومن هنا، " يبدو أن مفهوم مدرسة فرانكفورت عن تدهور، أو ثلاثي الطبقة العاملة كقوة سياسية، قدم أساسا على فكرة طوباوية وخيالية عن الثورة، التي هي بأية حال الطريق الوحيدة أو الأكثر ماركسية، لتصور عملية الثورة الاجتماعية. وربما يكون هذا المفهوم قائما أيضا على انعكاس الخبرة الاستثنائية الأمريكية، الناجمة عن غياب طبقة عاملة منظمة سياسيا في المجتمع الأمريكي، على فكرهم ولا سيما في حالة ماركوز".³

في هذا النطاق، يقول توم بوتومور في كتابه: " مدرسة فرانكفورت ": " وقد أخفقت مدرسة فرانكفورت في الالتزام بالطريقة القاطعة التي اقترحتها هوركايمر للنظرية النقدية، حين ذكر أنها لا تمتلك المفاهيم والأدوات التصورية القادرة على سد الفجوة بين الحاضر والمستقبل ". ويمكن القول أخيرا بأن النظرية النقدية في عمومها

¹ -كابان ف، تر: الياس حسن، علم الاجتماع: من النظريات الكبرى إلى الشؤون اليومية أعلام وتواريخ وتيارات، دار الفرقد، سوريا، ب ط، 2010، ص ص 190-191.

² -مكاوي، السيد ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، د ط، 2001، ص ص 120-121.

³ -عرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، د ط، 2006، ص 166.

قد ابتعدت في مراحلها الأخيرة عن الماركسية التي انطلقت منها في بداياتها، بل أعلنت هذه النظرية فشلها حينما اعتبر "هابرماس" بأن نظرية ما بعد الحداثة حالة مرضية بسبب اختلال التوازن بين ما هو معنوي وما هو مادي.¹

الاسقاط النظري للدراسة:

ان النظرية النقدية لوسائل الاعلام قد أظهرت التسطيح الموجود في وسائل الاعلام والثقافة الجماهيرية وجاءت لإبراز صناعة الثقافة وتحويلها الى سلعة تخضع لمنطق السوق وفي موضوع دراستنا الموسوم بإعلام التفاهة وتأثيره على القيم المجتمعية يمكن اسقاط نظرية النقدية لوسائل الاعلام عليه، لأن فرضياتها يمكن تطبيقها على إعلام التفاهة وصانعي المحتويات التفاهة في الجزائر حيث يمكن اعتبار التفاهة وسيطا للثقافة السطحية في المجتمع الجزائري لما يحمله من صفات تنعدم فيها الثقافة العامة والمعرفة، كما ان ثورة التكنولوجيا الكبرى في مجالات الاتصال السمعي البصري التي تشكل أداة لثقافة الجماهيرية قد ساهمت بشكل كبير في تغيير الكثير من المجتمعات ونشأ على إثر ذلك ظاهرة التذميط الثقافي واعلام التفاهة من ناحية أخرى يمكن ان يكون من اهم نتائج في مجال نشر الثقافة السطحية وتوسيع حجم الوصول اليها والمشاركة فيها، فالإعلام التفاهة يعبر عن فترة انحطاط الثقافة.

اصبح الكثير من التفاهة بارزين، فمنهم من يتخذ تلك الصفحات لنشر كل ما هو رديء بل اصبح الملايين يتابع من لا قيمة له وينشرون ما لا فائدة له، بل اصبح أصحاب الفيديوهات التفاهة يحققون أرباحا وشهرة في مقابل نشر التفاهة وفي اطار هذا التسطيح الثقافي والفكري يعتبر اعلام التفاهة ومختلف وسائله المسؤول عن هذه التفاهة وعدم الرقابة الإعلامية على المحتويات الساذجة بل أصبحت الشبكات الاجتماعية تروج لمثل هذه الثقافة اللامعنى والعزوف عن الثقافة الراقية والمعرفة العلمية وبالتالي أصبحت الثقافة الجماهيرية ثقافة هابطة والاهتمام بالمظاهر الجانبية على حساب الجوهر، ان عملية التسطيح يمكن مشاهدتها في الكثير من المحتويات الموجودة على الشبكات الاجتماعية هذا ما عبرت عنه النظرية النقدية بالمصطلح الثقافة السطحية او صناعة الثقافة فالملاحظ ان اعلام التفاهة عمل على تكريس التفاهة وتحويل الثقافة الى سلعة من ملايين المتابعين للمحتويات التفاهة وشهرة التفاهة لا يمكن القول سوى أن اعلام التفاهة يكرس للثقافة سطحية التي قد تكون ناقلة للقيم والأفكار تتنافى مع السياق الحضاري والثقافة الراقية.

¹ -فريدة بن عمروش، الاتجاهات النقدية في الاتصال مطبوعة مقدمة لسنة ثانية ماستر، تخصص الصحافة والمطبوعة الالكترونية، جامعة الجزائر، 2019/2018، ص49.

الفصل الأول

إعلام التفاهة

تمهيد:

مع انتشار الشبكات الاجتماعية وما خلفته من آثار واستتبعات سلبية وتسطيح للفكر والمعنى، نتيجة الاستخدام المكثف لهذه المنتوجات الثقافية الهابطة والمتدفقة من الفضاء الرقمي، التي تؤدي إلى إصابة العقل البشري بالعقم من خلال نشر الميل للفتور الثقافي، بحيث صار التافهين يتحكمون في السياسة والاقتصاد والثقافة غدت التفاهة ظاهرة واسعة الانتشار عبر النطاق البعيد، وعليه تم التطرق في هذا الفصل إلى تحديد مفهوم التفاهة كونها مرتبطة بمتغير الدراسة ونظام التفاهة، إضافة إلى تحديد مفهوم اعلام التفاهة واهم العوامل التي ساهمت في ارساءه والوقوف على الشبكات الاجتماعية كأحد مقومات ظهور اعلام التفاهة وصولا إلى الحديث عن التربية الإعلامية والرقمية للحد من التفاهة في الاعلام.

المبحث الأول: اعلام التفاهة

المطلب الأول: مفهوم التفاهة

أشرنا سابقا الى ان مفهوم التفاهة مشتقة من الكلمة **Mediocrity** وهي كلمة تستخدم لوصف طبيعة الشخص أو حالته من حيث التفاهة أو الابتذال أو السخافة أو تواضع المستوى، فيما تعكس كلمة **Mediocracy** كلمة جديدة على القاموس نسبيا، فلم تظهر الى حوالي عام 1825م، وهي تعني النظام الاجتماعي الذي تكون الطبقة المسيطرة فيه هي طبقة الأشخاص التافهين، أو الذي تتم في مكافأة التفاهة والرداءة عوضا عن الجدية والجودة، وكما هو الحال مع صعوبة ترجمة كلمات أخرى.

وعلى الرغم من ان الكلمة **Médiocrité** قد تعني التفاهة والرداءة، فغن المقطع الأول من الكلمة **Midi** تعني الوسط والمنتصف، كما قد تدل على الحالة الواقعة بين الجيد والرديء، أي المستوى المتواضع، وهذا فالتواضع ليس ضعيف من حيث طبيعته، والمتوسط على الأقل يمتلك قدرات تفوق الضعيف والبليد ومن هنا أمكن له ان يحكم ويسود.¹

جاء في تعريف ألان دونو لمصطلح التفاهة " تعني كل ما لا قيمة له، وكل ما هو غير جيد، فالتفاهة بتعبير اخر تعني السخافة ونقص الاصاله وهذا يعني ان الشيء التافه هو ما كان غير كفؤ في مجال ما يعبر عن الرداءة.

يصعب ان نجد مرادف مباشر لمفهوم التفاهة، فهي مفهوم جديد الميلاد والنحت، ويعبر عن دلالات تلتقي في معنى "ما هو متوسط"، أي متوسط الذكاء، سيء القدرات، قليل الموهبة، ضعيف المهارة، الرديء، والمستبعد والمهمل، وبالتالي التفاهة هي نقص الاصاله والكفاءة والقيمة، تعبر عن الدرجة المتوسطة في الفعل، فهو تافه، "مخلوق منحط"، عديم القيمة، الذي تبوا الصدارة، وخطف الأضواء وأصبح الفاعل النشيط، الموجه لكل القيم، مع العلم "ان ابتذال الأشخاص التافهين هو امر يغيب عن أنظارهم هم أنفسهم".²

وفي اطار تعريف مصطلح التفاهة يحدد دونو صفات الشخص التافه وهذا لتوضيح معنى التفاهة بشكل افضل حيث يقول: "الشخص التافه يتمثل في مخلوق منحط، يستفيد من معرفته بالأخبار الداخلية والدسائس في أوساط ذوي السلطة لاستغلال كل موقف كان سياسي ينحدر من خلفية تافهة، مع ذلك فإن اشخاص من ذوي المراتب العليا يتأثروا به، لم يكن عالما لكنه ذو علاقة بالعلماء، كان قليل جدارة كبيرة (...). قد

¹-ألان دونو، المرجع السابق، ص14.

²-ألان دونو، المرجع نفسه، ص73.

اصبحوا جماعة مسيطرة، ومن صفات التي يحملها الشخص التافه الانحطاط، فالتافه شخص وضيع، متدني المستوى الى القاع، تفهم من هذا الوصف ان التافه خال من كل خلق حميد كالصدق مثلا، أيضا هو شخص جاسوس، يحفر للحصول على المعلومات واخبار يستغلها لصالحه ومنفعته الشخصية، واهم من كل هذا انه لا بد لكل شخص تافه ان يكون قد نشأ وترعرع في بيئة تغرق في مستنقع التفاهة والسخافة، كما لا يكون الشخص التافه عالما او مثقفا، أي انه معدوم المعرفة ذات القيمة، قليل الجدارة، ليس اهلا لكل ما يوضع فيه.¹

كما ان التفاهة تحدث عنها الرسول عليه الصلاة والسلام بمصطلح الرويضة، فقد جاء في حديث الرسول صلى الله عليه وسلم عن ابي هريرة رضي الله عنه "سيأتي على الناس سنوات خداعات يصدق فيها الكاذب، ويكذب فيها الصادق، ويؤتمن فيها الخائن، ويخون فيها الأمين، وينطق فيها الرويضة. قيل: وما الرويضة؟ قال: الرجل التافه يتكلم في امر العامة، ففسر الرسول عليه الصلاة والسلام الرويضة بأنه السفه الذي لا عقل له ولا كياسة عنده يتكلم في امر العامة، وهذا من فساد الأمور، وانقلاب الأحوال، ورجوع الامر القهقري في اخر الزمان.²

وأضاف كذلك مصطلح التافه في غيبة عن الحكمة التي تنتج عن العلم والتجربة فليس عنده تجربة وليس عنده علم وبالتالي ليس عند حكمة فيصدق عليه انه الرويضة.

اذن فالتافهون هم من صنفهم الرسول عليه الصلاة والسلام بالرويضة من ينسبون أنفسهم علماء او حكماء، وماهم إلا جهال ذوي عقول خاوية، نحن نظريا وعلميا نعيش عصر التفاهة او عصر الرويضة ألم تخرج آلاف الرويضات تتحدث عن السياسة والاقتصاد والدين والثقافة وغير ذلك من مجالات الحياة المتنوعة، بلا علم ولا فكر ولا قيم؟

¹-فاطمة النعامي، خطاب التفاهة في فكر ألان دونو وانعكاساته السياسية، قدمن هذه الرسالة استكمالاً للحصول على درجة الماجستير تخصص فلسفة عامة، 2021/2020، ص27.

²-بشار القهوجي، زمن الرويضة، بوابة البحث، د ب، 2017، ص01.

المطلب الثاني: نظام التفاهة

يشير مصطلح نظام التفاهة مرحلة متوسطة خلال فعل ينطوي على ما هو أكثر من التوسط: " انه يعني الدرجة الوسطى بعد رفعها الو مصاف السلطة فإن بذلك فإن نظام التفاهة يؤسس لوسط يصبح هو المعيار الذي نضطر للخضوع له".¹

أكد ألان دونو وغيره من المفكرين ان نظام التفاهة سبب العديد من كوارث الحضارة الإنسانية في الأزمنة الراهنة، فأصبح الخبير المتخصص أداة لصنع التفاهة وتكريسها، إذ يوظف في سياقات تتجاوز من دون وعي منه، واصبح الذكي المتخصص والخبير المتمرس أداة تستخدم من طرف الذين هم ادنى منه علما وجودة، وغدا المال كمما لأفواه اهل الاختصاص عن قول الحقيقة، وهنا تظهر عبقرية التافه في استغلال لب الذكاء الإنساني لصالح تكريس نظام لا يخرج هذا الذكاء المحارج المثلى، ان عمه الإنسانية الجزئي تولد من الالتزام بالتخصص، وكل عقلانية متخصصة مرشحة لأن تسقط في اللاعقلانية او العقلنة المفرطة التي هي شر الوجود، او ان تستغل من طرف عقلانية التفاهة التي لا تستهدف إلا لتجيش التفاهات المشابهة.²

نظام التفاهة يشير الى النظام الاجتماعي الذي تكون الطبقة المسيطرة فيه طبقة اشخاص التافهين، بحيث تكون الغلبة والسيطرة على المجتمع في يدهم، ويكون كل ما ينتج تافها، في نظام التفاهة يهشم الجدير والكفاء وصاحب المستوى العالي، فيه تعلوا الدناءة لتصبح قدوة، فيه تنمو التفاهة والسخافة شيئا فشيئا لتحتل الصدارة، وتصبح بذلك نظاما اجتماعيا، فنظام التفاهة ان صح القول هو ذلك النظام الذي ينصب لنفسه مجموعة من المعايير والقواعد حتى يجعل منها قاعدة أساسية تتحكم في مختلف شؤون الحياة، وما يتسم به ذا النظام هو التفاهة ويروج لها على انها ارقى درجات الفكر والوعي، بحيث تكون فيه السيطرة مطلقة لأشخاص التافهين، يعملون على صناعة قرارات وأفكار تافهة، ومن ثم توين جيل تافه معرفيا وسياسيا واخلاقيا واجتماعيا، كما ان الشعب والسلطة على حد سواء هم من يساعدون على صنع التفاهة، بحيث يتم فيه استبدال المثقف بالجاهل ويتبوأ التافه اعلى هرم السلطة ، ومن ثمة يصبح المجتمع ككل بمختلف معاييره القيمة تافها.

قد اعتبر دونو ان هناك " تصنيف من خمس شخصيات مفاهيمية تظهر لتجسيد ردود الفعل المحتملة لهيمنة النظام الذي يتطلب التفاهة"، وهم هذه الشخصيات الرجل النائم أو اللامبالي، الذي أعلن رفضه

¹ - إدغار موران، تر: يوسف تيس، المنهج، معرفة المعرفة/الأفكار، دار البيضاء، افريقيا الشرق، ج3-4، 2013، ص 471.

² - ألان دونو، مصدر سابق، ص 78.

للنظام القائم وانسحب لكيونته المغلقة، ثم الرجل التعس، وهو شخصية تصدق كل شيء مهما كانت طبيعته، وهو على استعداد تام ليؤمن أيضا بكل شيء، وتليه الرجل التافه او المتعصب، شخصية مقبلة على كل الطرق والحيل التي من خلالها تسعى الى نيل السلطة، ثم الرجل التافه رغما عنه"، وهو شخصية تتبنى الواقع كما هو رغم كل الظروف والشروط نظرا لظروفه الخاصة، اما النموذج الأخير يكمن في " الطائشين التافهين"، فهؤلاء دوما جاهزين للاندفاع وخدمة النظام من حيث لا يدرون ذلك.

السؤال الذي يطرح نفسه هل يقتصر نظام التفاهة على ضعيف الفكر الذي يأخذ الأمور ببساطة فالمصطلح أعقد بذلك فالنظام التفاهة يعبر عن الأميين الجدد أو أشباه المثقفين أصحاب الشهادات العليا لكنهم يتميزون بجيادية المطلقة لا يملكون ملكات المنطق والمثل العليا ولا التفكير النقدي، تسهل السيطرة عليهم يعترضون ولا يعارضون، وهذا هو المطلوب لأن الانسان الذي يفكر خارج ما لا قيمة له هو ضار يجب إزالته.

قد يتبادر لذهنك كالمشاهد ان نظام التفاهة يقتصر فقط على النظام الاجتماعي فقط، او على وسائل الاعلام المسيطرة على حياتنا ولكن الحقيقة أنها أوسع من ذلك وأعمق، حيث وصلت الى النظام الاقتصادي والسياسي وحتى المؤسسات التعليمية، فكل نشاط في الفضاء العام صار أقرب للنظام التفاهة رغم ان لا أحد يتكلم عنه الذي ينتمي الى كيان كبير تختزل فيه الحياة الى مجرد حسابات ومصالح متعلقة بالربح والخسارة كالمال والثورة والشهرة والعلاقات الاجتماعية، وذلك إل ان يصاب المجتمع بالفساد فيفقد الناس تدريجيا اهتمامهم بالشأن العام وتقتصر معارفهم على الشأن الخاص، وهكذا نكون قد خضعنا لقواعد نظام التفاهة بما هو نظام اجتماعي وسياسي يخضع لسلطة تدبير ممثلة بأشخاص تافهين منعدمي الكفاءة، صغار العقول والحمقى، يعمل على تمكينهم بالتواطؤ والتآمر من مراكز الحكم، ومواقع المسؤولية، واتخاذ القرارات، ورسم الخطط والاستراتيجيات التي تخدم السطحية، إنه حرفيا حكم التافهين.

هذا النظام تفش في كل المجتمعات العربية والغربية فعندما يصل الحكم لأقوى دولة في العالم وهي أمريكا الى رئيس السابق " دونالد ترامب" الذي لا يفقه لشيء في السياسة أكثر ما يفقه فيه المصارعة، أو عندما ترى مجموعة من المهوسين يبيتون على أبواب شركة Apple قبل يوم من إصداره لنسخة جديدة من هاتف " أيفون" والذي يصل سعره الى 15000 دولار، وهذا لا يدل إلا على ان نظام التفاهة غزى العالم.

المبحث الثاني: مفهوم اعلام التفاهة.

ظهر اعلام التفاهة نتيجة للتحويل الرقمي والرقمنة الإعلامية بدورها ساعدا في تفعيله واستفحاله، وخاصة الشبكات الاجتماعية، وما تحويه من برامج ساذجة ومتنوعة، تضعف فيه الرقابة وتعدم الأمانة والالتزام والوعي ومهنية والحيادية.

في اوروبا وامريكا وكندا وأستراليا انتشرت مؤخرا حملة عبارة عن لوحات تحذيرية مكتوب فيها Stop making stupid people famous ومعناها توقفوا عن جعل الحمقى مشاهير، موجهين هذا التحذير لكافة الناس ولمؤسسات الإعلامية والاجتماعية تعبيرا لانتشار اعلام التفاهة بشكل كبير، وهو ما عبر عنه المفكر الأمريكي "مالكوم إكس" (19ماي 1925-21فيفري 1965م) بالقول: "وسائل الاعلام هي الكيان الأقوى على وجه الأرض، لديها القدرة على جعل الأبرياء مذنبين وجعل المذنبين أبرياء، وهذه القوة لأنها تتحكم في عقول الجماهير"، هذه الحملة قادها ناشطون على الشبكات الاجتماعية، وذلك على خلفية عبارة كتبت في احد شوارع أمريكا، والتي هدفت لمحاورة التافهين الذين جعلوا من سذاجتهم سببا للارتقاء الى أبواب الشهرة.

عليه فإن اعلام التفاهة يركز على نشر ثقافة سطحية او ثقافة اللامعنى، ويصنع مصانع منتشرة للتفاهة في مختلف مجالات الحياة المتنوعة عن طريق مختلف وسائل الإعلامية خاصة الشبكات الاجتماعية ويدفعها لتسود وتسيطر وتسلب عقول الجماهير.

اعلام التفاهة هو اعلام يكرس جهوده على نشر ثقافة التفاهة الذي يعمل على تسطيح الفكر واهتمامات المتابعين، ويسعى الى نشر أفكار ومصطلحات لا تتماشى مع طبيعة المجتمعات المحافظة، كما يعكس اعلام التفاهة سطحية الإعلاميين وسذاجة الجمهور، ويتسابق على التوافه يتجاهل العلماء الذين خدموا البشرية ويقدرهم العالم، وهذا الاعلام هو ملازم للجمهور المتلقي الذي يقبل على ما يبثه اعلام التفاهة من محتويات سطحية، والقابلية العالية لهذا النوع الحديث من الاعلام الذي يتميز بضعف الرقابة الإعلامية ووعي المتلقي وغياب المخاطبة عبر وسائل الاعلام المختلفة التي تنحصر بدرجة الأولى بشخصية القائم بالاتصال، لما ينشره من ثقافة اللامعنى وغياب التربية في البيئة الرقمية خاصة على الشبكات الاجتماعية.

كما يدفع اعلام التفاهة بالشخصيات من ورق غير مؤهلة لعالم المشاهير والنجومية حتى بات ينظر للإعلام من منبر من لا منبر له، حيث يجعلنا نستحضر عبارة توفيق حكيم: "لقد انتقلنا من عصر القلم الى عصر القدم."

يكن القول ان اعلام التفاهة يعد تغذية سلبية للمتلقي ويؤثر على سلوكياته ويهمش القيم ومعايير المجتمعات.

لن نبالغ ان قلنا ان اعلام التفاهة اكتسح عالم المال والصناعة، فصار كل منتج اعلامي تافه هو من يكتسح الساحة الإعلامية الذي لا يتطلب مؤهلات ولا شهادات ولا خبرات، بل مهارة وقدرة في صناعة التوافه والأفكار لتجد لها مستهلكين وراغبين فيها.

المبحث الثالث: الخلفية التاريخية لظهور اعلام التفاهة.

تمثلت البوادر الأولى لظهور الاعلام التفاهة في كل من الثقافة الجماهيرية التي تحولت الى ثقافة هابطة وذلك لعدة العوامل، إضافة الى تغير المجتمع الذي أصبح مفتونا بالصورة على الكلمات وهو ما يعرف بالمجتمع الفرجة والمنحط.

المطلب الأول: الثقافة الجماهيرية Mass Media.

هي تلك التي تبثها بكثافة وسائل الاتصال الجماهيري ويشير هذا المفهوم الى تلك العوامل الموحدة التي تنمو في مجتمع كبير غير متجانس، كأنماط الاستهلاك الجديدة والاغاني والرقصات والازياء وأنماط السلوك، تنشرها وسائل الاتصال الجماهيرية المتسارعة التطور، هذه الثقافة الجماهيرية هي جزء من عملية نمو توحيد القيم والاتجاهات الثقافية بين الناس في الوحدات الاجتماعية القومية، بل هي اليوم وبفعل التطور المذهل في وسائل الاتصال الجماهيري واندماج الثورة الإعلامية بثورة المعلومات عملية تتم على مستوى العالم وترسيخ الاتجاهات للاقتراب من التوحيد الثقافي على المستوى الكوني.¹

مصطلح الثقافة الجماهيرية يشير في الأساس الى تسهيل وصول الناس (الجماهير) الى انتاجات الفكر والعلوم والفنون والآداب والتمتع بها، ولكن يرى كثيرون اليوم لم تبق على هذا المضمون النبيل والنقي للمفهوم والغاية منه، بل تحول الامر في كل مكان الى ان تكون الثقافة تافهة وتجارة وسلعة في وسائل الاعلام وتوظيفها لمآرب اقل من تتصل بالنبيل.

أخذت الثقافة الجماهيرية مساحة واسعة من اهتمامات المفكرين والمثقفين في العالم طوال العقود الثلاثة الأخيرة، لقد رأى بعضهم ان عبارات الثقافة والاعلام أصبحت في مواجهة حتمية، ذلك ان استعمال أجهزة الاعلام الحديثة يستبعد خصوصيات الثقافية، ويعمم النماذج والآراء والاذواق وأنماط الحياة، ويدفع الى التقليد

¹ -بيترال بيرغر، صامويل بي، عولمات كثيرة التنوع الثقافي في العالم المعاصر، مكتبة العبيكان، الرياض، د ط، 2002، ص 22.

الاعمى ويعبث بالضمائر من خلال الإعلانات والبرامج الموجهة، مما يؤدي الى الاخلال بمقدرة الانسان على الخلق والابتكار، والحد من قدراته العقلية على النقد والتحليل، والاخلال بشروط الخلق والابداع الثقافي الرفيع.¹

يرى البعض ان الثقافة الجماهيرية من مظاهرها السلبية انها ثقافة منفصلة، متلقاه، وهي تنزع الى إيجاد نوع من الانسان لديه فقط وضع المتفرج والمتلقي بسيطرة السمعى البصري وقوة الصورة اليوم، فالثقافة الجماهيرية ليست اصطفائية ولا نوعية، بل هي تقدم ما يرضي الأكثرية، والثقافة الجماهيرية قد تهدد ما يسمى الثقافة الرفيعة في المطبوعات العلمية البارزة، او هي المضمون المركز دون مستوى التعليم الكلاسيكي والكتب والمنشورات والمسرح والفنون والمعارض والمحاضرات وهواية المطالعة، وبالخير الكبير الذي تأخذه وسائل الاعلام الجماهيرية، فإنها تستنفد الفراغ والوقت اليومي، فتجعل الكل يشكو من ضيق الوقت وتجعلنا نجد مثقفا يقول بأنه لم يعد لديه الوقت للقراءة والكتابة.

الثقافة الجماهيرية بسيطرة قانون السوق تصبح خاضعة للتجارة ومعايير ما يحقق ربحا فتخلق حاجات جديدة مزيفة وتسهر على تكوين ناس متغذين مستهلكين، وتضع بنزعة التجارة والربح مجالا وهي من الرفاه المتاح، ورؤى واحلاما تسلب الوجود الحقيقي والواقعي للبشر، وفي هذا العالم الاستهلاكي كما يقول " أدغار موران": " لا يقاد مجتمعنا بعقلانية اقتصادية وإنما يقاد مدفوعا بجدلية الحاجات التائهة والقوى العمياء."² استنادا الى كل ما ذكرناه يمكن القول ان الثقافة الجماهيرية أصبحت تحتوي الناس بدلا من ان يحتووها، وفي هذا الصدد يشير بعض الباحثين الى "الثقافة الالكترونية" التي أدت الى ازدياد تيار الثقافة الاستهلاكية، وما من شك في ان تزايد هذا التيار يخلق ثقافات متباعدة لأنه يفرز الاشكال الثقافية ومنتجاتها الإبداعية وغير الإبداعية، التي من بينها ما نشاهده اليوم في وسائل الاعلام وترويجها للثقافة اللامعنى او التفاهة، وذلك للغياب الراهن على الثقافة وعدم الاحتكام اليها في استراتيجيات الاعلام.

هو ما تحدث عنه بعض الباحثين عن خطر وسائل الاعلام الجماهيرية، كوسيلة من وسائل كسب الثقافة، في تشجيع ثقافة السلبية تدفع الى اللامبالاة والكسل، والحط من قيمة التركيز والانتباه والذاكرة.

¹- سمير إبراهيم حسن، مرجع سابق، ص242.

²- سمير إبراهيم حسن، مرجع السابق، ص245.

بعد كل ما سبق، ما مستقبل الثقافة الجماهيرية؟ فلا شك ان ثورة وسائل الاعلام الجماهيرية التي تشكل أداة الثقافة الجماهيرية قد تؤدي الى انحطاط الثقافة، وبخاصة ثقافات العالم الثالث، والتقليل من عملية التنقّف كل هذا أدى بظهور اعلام التفاهة.

المطلب الثاني: صناعة الثقافة

يعد مصطلح صناعة الثقافة من أكثر المفاهيم ارتباطا بالنظرية النقدية، ويعكس هذا المصطلح اهتمام المدرسة بالظواهر الثقافية ومنتجات الوعي البشري، خاصة في تحليلاتهم للوضعيات الثقافية في المجتمع الاستهلاكي، الذي قوض من قدرة الفرد الإبداعية بأن أدرج داخل سياق استهلاكي سلعي. وهو نوع من تحليل علاقة الثقافة بالمجتمع والأجهزة المؤسساتية. وهي محاولة للبرهنة على أن ثقافة الجماهير تصبح متطابقة في ظل الاحتكار، وتتفسخ نتيجة اندماج الثقافة مع المتعة، ومنه يصرار إلى أن الثقافة كصناعة تصبح نوحا تقليديا في التأثير في الناس و التلاعب بعقولهم، اذ يطرح كل من ماكس هوركهايمر وثيودور أدورنر في عملهما المشترك "جدل التنوير" الخطوط العريضة لتحليلاتهما للثقافة الجماهيرية وصناعة الثقافة عبر المؤسسات الإنتاجية، فلقد توسع النشاط الثقافي حسبهما عبر الدوائر المنتجة بأن جعل هذا الوضع من الثقافة سلعة قللت من روح الإبداع الفردي، بل انعكس سلبا على القدرة على الإبداع والتفكير، الذي أضحي أكثر من قوالب جاهزة حين صيغت الثقافة في شكل من أشكال الصناعة على يد شركات الإنتاج ودور النشر ووسائل الاعلام.¹

هذا يعني ان الثقافة بمختلف مظاهرها الفنية قد فقدت أصالتها وشموليتها وفعلها المباشر في القلوب والعقول، بحيث أصبحت مجرد شيء، يقصد به الاستماع السطحي والتسلية في أوقات الفراغ، ولم يبق أثر للعلاقة الحسية بالعمل الفني، وللفهم المباشر لوظيفته بوصفه تعبيرا عما كان يسمى يوما باسم الحقيقة.² فالثقافة بهذا المعنى تصبح خاضعة لتجارة وفق العرض والطلب، فمن خلال الإعلان، العلاقات العامة، وسائل الاتصال الجماهيري، يجد الإنسان نفسه منقادا ومتأثرا دون إرادة منه، كي يكتب حاجته لتحرر من الاستغلال والاضطهاد³، في هذا الصدد نجد "أدورنو" يقول: إن الثقافة عبارة عن سلعة ظاهرة التناقض، فهي

¹ -توفيق شابو، النزعة النقدية عند مدرسة فرانكفورت براديجمات: الإنسان-الثقافة-الفن، مجلة اللغة العربية وآدابها، جامعة البليدة2، المجلد(05)، العدد(01)، 2017، ص 57.

² -نور الدين بوزار، صناعة الثقافة في الإيديولوجية الرأسمالية وأثرها في صناعة الوعي الجماهيري عند مدرسة فرانكفورت-تيودور أدورنو نموذجاً-، مجلة، جامعة حسينية بن بوعليل بالشلف، المجلد(04)، العدد(12)، 2017، ص88.

³ -علي عبود المحمداوي، صناعة العقل الغربي من مركزية الحدائثة الى التشفير المزدوج، دار الأمان، رباط، ج1، ط1، 2013، ص531.

تخضع كليا لقانون التبادل مع أنه لا يمكن تبادلها بنجد ذاتها، إنها سلعة تذوب بشكل أعمى في الاستهلاك رغم عدم قابليتها لذلك، لذلك فهي تذوب مع الإعلان الذي يصبح أكثر فأكثر حضورا حين يبدو احتكارها نوعا من العبث (...)¹.

فتتحول الثقافة بمختلف منتوجاتها الى سلعة استهلاكية، ومن خلال هذا يمكن القول ان الوسائط الثقافية المتمثلة في الراديو والسينما والمجلات وغيرها وبقدر ما تسهم في اكتساب المعرفة والحصول على معلومة جديدة، إلا أنها في الوقت الذي ارتبطت فيه بمنطق السوق، أدى ذلك إلى ظهور آفات الاغتراب والتشويؤ La Réification والضمنية، ودخول الثقافة الإنسانية معترك البيع والشراء، فالثقافة الحديثة حسب "أدورنو" نتاج صناعي يباع للجماهير كسلعة في حقيقة الأمر (...)²، فالمجتمع التكنولوجي المعاصر بهذا المعنى لم يسيطر على الحاجات المادية فحسب، بل سيطر بالإضافة الى ذلك على الحاجات الفكرية، وغز عالم الثقافة والفن الذي كان فيما مضى إحدى الحصون المستعصية على الاندماج مع الواقع القائم، وقد تم ذلك لا عن طريق رفض الثقافة والفن في الحياة الاجتماعية وداخل مؤسسات المجتمع وإنما من خلال الاندماج والاحتواء التي عرضت له الثقافة داخل هذه المؤسسات حيث تم إفراغ الثقافة والفن من حقائقهما النافية والناقدة لما هو قائم والاحتجاج على السيطرة التي أصبح يعاني منها الإنسان في المجتمع التكنولوجي المعاصر التي تحولت فيه القيم الثقافية والفنية نفسها الى قيم تجارية استهلاكية لأن كل شيء في هذا المجتمع يترد الى طابع سوقي.³

تعبيرا عن هذا المعنى يقول "أدورنو": "تظل صناعة الثقافة صناعة تسلية، فهي تمارس سلطتها على المستهلك بواسطة التسلية، الذي ينتهي بها الأمر بالانتهاء لا بمجرد الإملاء..."⁴.

فالمستهلك ليس ملكا كما تردد الصناعة الثقافية، وليس تابعا لها، بل هو موضوع لها، فمصطلح وسائل الإعلام الجماهيرية، الذي تفرضه صناعة الثقافة، لا يقرم على الظاهرة فقط، إذ لا نجد في النظام الأول الجماهير ولا تقنيات الإعلام، بل نجد روح أرباب وسائل الإعلام، فصناعة الثقافة بحاجة الى جماهير مروضة لتحقيق وجودها.⁵

¹ -ماكس هوركهايمر، تر: جورج كتورة، جدل التنوير، دار الكتاب الجديدة المتحدة، بيروت، ط1، 2006، ص ص188،189.

² -آلان توران، تر: عبد السلام الطويل، نقد الحدائثة، الدار البيضاء، الرباط، (د ط)، 2010، ص161.

³ -كمال بومير، جدل العقلانية في النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت، الدار العربية للعلوم الناشر، الجزائر، ط1، 2010، ص:124.

⁴ -ماكس هوركهايمر وآخرون، مرجع سابق، ص:159.

⁵ -نور الدين علوش، المدرسة الألمانية النقدية -نماذج مختارة من الجيل الأول الى الجيل الثالث - (تيودور أدورنو - يورغنبرامس - أكسل هونيت)، دار الفارابي، بيروت، ط1، ص:69.

المطلب الثالث: مجتمع الفرجة

مجتمع الفرجة هو المجتمع الذي أصبح فيه السكان اقل من المعرفة، وخبرة بجيرانهم، وقل حولهم عدد الأصدقاء، والاقارب بسبب تراجع الحركة اللفظية في الحياة، ويصف جي ديور "مجتمع الفرجة" بأنه مجتمع ثقافة الاستهلاك ومبدأ الجهد الأقل.¹

عن ثقافة الاستهلاك يتحدث ديور عما سماه "صنمية السلعة" أي السيطرة على المجتمع بواسطة أشياء تفوق الحواس، وهي محسوسة كذلك هذا المبدأ يبلغ تحققه المطلق في الفرجة"، حيث يستبدل العالم المحسوس التي تعلوه بالسلعة التي تقدم نفسها على انها هي الشيء الوحيد المحسوس بلا منازع.

تبلغ الفرجة مداها في اللحظة التي تحقق فيها السلعة احتلالها الكلي للحياة الاجتماعية، ولا تصبح السلعة مرئية فحسب بل ان المواطن لا يعود باستطاعته ان يرى سواها؛ فالعالم الذي يراه هو عالمها، كما خصص ديور جزء في مقدمة كتابه لما سماه: "الانفصال المكتمل" اقتبسه من لودفيج فيورباخ تحدث فيه عن طبيعة العصر، وما يحمله تفضيل الصورة على الشيء، والنسخة على الأصل، والتمثيل على الواقع، والمظهر على الوجود.

في هذا السياق، أعلن "ميتشل ستيفن" رئيس قسم الصحافة والاتصال الجماهيري بجامعة نيويورك الدخول الى عصر جديد وصفه بعصر "صعود الصورة وانحياز الكلمة" والذي أكد ان الصورة ستكون لها اليد العليا على الكلمات بمفعول قوي ويتجلى في قدرته على إقامة شرح بين الواقع ونفسه، واحداث تصدع في الكائن الاجتماعي.²

قال ريجيس دويريه: "من يملك الصورة يملك البلاد"، في إشارة الى ان الصورة في هذا العصر الذي هو بامتياز عصرها، الوسيلة الأهم في التأثير في الجمهور الواسع، عبر تدفقها الهائل، الذي يفوق حاجة هذا المجتمع لاستهلاك البصري، فمجتمع الفرجة هو المجتمع الذي يكتفي بالمشاهدة دون المشاركة او الاشتباك مع الواقع، والتفاعل معه او طرح المبادرات والحلول لاقتحام المعضلات.³

يتلخص مجتمع الفرجة في تحول المجتمع الى صورة يجري فيه تسليع كل شيء، وكل نشاط، وكل فكر، وان التحولات الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والثقافية انتجت عالما مقلوبا واقعيا رأسا على عقب.

¹- ياسر بكر، مجتمع الفرجة .. وصناعة الانسان ذو البعد الواحد، E.Book، القاهرة، د ط، 2021، ص 170.

²- ياسر بكر، المرجع نفسه، ص 173.

³- ياسر بكر، المرجع نفسه، ص 174.

أدى ما ذكرناه مسبقا الى ظهور اعلام التفاهة الذي أصبحت فيه تتفوق الصورة على الكلمة بحيث تفلح في احداث اثر فوري، من خلال استلاب المتفرج لصالح اللاشيء، وتسليع الفيديوهات التفاهة هنا يتحقق مفهوم الفرجة بشكل كامل عندما تعلن السلعة احتلالها، حيث تشكل الفرجة بمعنى النموذج الراهن المهيمن اجتماعيا في مختلف المجالات، ففي جذر الفرجة تكمن السلطة في الاعلام، والاقتصاد، والسياسة، والاشهار، والمعلومات، التواصل، وفي وسائط الاعلام الجديدة المرتبطة بالعملة، والتكنولوجيات الجديدة، وعلى كل فروع المعارف التي تواصل تطورها بوصفها فكر الفرجة وان تشكل علما عاما للوعي الزائف.

المبحث الرابع: البيئة الرقمية والشبكات الاجتماعية كدعامة لإعلام التفاهة.

على ضوء ما تم طرحه يمكن القول ان البيئة الرقمية والشبكات الاجتماعية بوجه خاص ساهمت بشكل كبير على نشر التفاهة، ما نشاهده اليوم من برامج رديئة لا تحمل أي قيم وتطبيقات اجتماعية تركز للجعل التافهين نجومًا.

جاءت التكنولوجيا الحديثة والشبكات الاجتماعية لتحقيق ما يعرف بإعلام التفاهة اليوم، إذ أصبح بإمكان أي شخص ان يروج للأمور التفاهة لا قيمة لها بغض النظر عما يقدمه، ان يجني أرباحا بمجرد زيادة نسبة المشاهدات على أي تطبيق متفوقا على أي محتوى هادف فهنا لا أهمية للقيمة العلمية طالما انها غير مربحة.

بعد الانتقال الى عصر الموجة الثالثة، بظهور الشبكات الاجتماعية وصناعة المحتوى الثقافي الذي أصبح يسير وفق للمبدأ الميكافيلي، متغاضيا عن مبدأ القيم والأهداف التربوية والتثقيفية، متوجها إلى مبدأ الربح المادي من خلال الرفع من عدد النقرات عبر المضامين يتم صناعتها وبثها خاصة عبر الشبكات الاجتماعية، في ظل غياب الوعي الثقافي والتسطيح الفكري للكثير من مستخدميها، فظفت الى السطح العديد من الأنواع الثقافية منها ثقافة اللامعنى التي يعرفها الكاتب الايطالي Massimo Laone¹ بأنها تحول العلاقة بين الموضوعات والاشياء وكذلك العلاقة بين الافراد الى قوالب نمطية فارغة"، فمن خلال هذا يتضح ان ثقافة اللامعنى او التفاهة كما يسميها البعض الباحثين، والتي تضخمها البيروقراطية الرقمية في الحياة اليومية تحيط بالناس بيئة اصطناعية، وبالتالي فعدم الأهمية الرقمية أثارت هواجس اجتماعية وثقافة جديدة.¹

¹- ماسيمو إل، عن عدم أهمية فقدان المعنى في عصر ما بعد المادة، روتلديج، نيويورك، د ط، 2020، ص 07.

فمثلا من خلال تفصح بعض الفيديوهات القصيرة التي صنعها شباب اليوم من خلال استهلاكه لتطبيق Tik Tok اذ يشكل 41% من مستخدميه، يمكننا الوقوف على جملة من الانعكاسات السلبية على المستوى الثقافي والتي نجدها تلخص كلها في مصطلح تغييب الوعي النقدي أي الاهتمام بالأمور السطحية أو التفاهة... والبعد عما هو مفيد ومهم، اذا صار معيار التقدم والرقي بالنسبة لشباب في المظهر وليس في الجوهر وهو ما يبرز لنا في تعبيراتهم المؤكدة على ان الحياة السخية لا تكون بالمبادئ الاصلية التي نشأ عليها اجدادنا من تعاليم الدين الإسلامي و ثقافة العلمية الراقية ورفع الجهل... فذلك أصبح فلسفة قديمة لا علاقة بالزمن الراهن... بل اقتناء نوع معين من السلع، وغيرها من مظاهر التفاهة وهو ما يمكن التأكد منه من خلال تحليل نمط استهلاك الشباب بالتطبيق "تيك توك والفييس بوك" الذي أصبحوا يشكلون خطرا يهدد القيم والمبادئ الرشيدة نحو ثقافة اكبر عقلانية قائمة على الوعي النقدي فالملاحظ ان هناك بعض فيديوهات التي لا تحمل مضمون كالفنارة ترقص وشخص يأتي بالتحدي أكل أكبر قدر في غضون دقائق نجد هنا نسبة المشاهدة جد مرتفعة عكس المضامين العلمية نسبتها قليلة.¹

ضف الى ذلك يرسخ التطبيق tiktok مفهوم انه يمكنك العثور على الاهتمام والمصادقة من الآخرين (اعجاب، مشاركة، متابعة) من خلال اللاشيء، عندما يرى ملايين من الشباب هؤلاء التافهين وان محتوهم هو اللاشيء، فإن أهدافهم المستقبلية ستكون انتاج التفاهة، وهنا سوف تختفي المواهب والابداع، رغم ان التطبيق لم يكن قصدا استخدامه بهذه الطريقة الا اننا نشاهد بعض الفتيات الصغيرات يظهرن اجسامهن اثناء الرقص لإرضاء الجمهور في بعض الأحيان، ولا يردن ان يخسرن لزيادة نسبة المشاهدة.²

فقد نجحت هذه المواقع من "ترميز التافهين" أي تحويلهم الى رموز، ما يجعل من كثير من تافهي مشاهير شبكات الاجتماعية يظهروا لنا بمظهر النجاح، هو امر يسأل المجتمع لنفسه الذي دأب على التقليل التدريجي لصور النجاح التي تعرفها البشرية ككل (العمل الجاد والخير للأهل والمواطنة الصالحة وحسن الخلق والاكاديميا والآداب والفنون والرياضة...)، فألغاهها جميعا من قائمة معايير النجاح حتى اختزلها في المال فقط، فلم يبق إلا

¹ - محمد زكرياء خراب، ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق " تيك توك": رؤية نقدية، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، جامعة الجزائر، المجلد (02)، العدد (02)، 2019، ص 456.

² - أسماء بن ناصر، ريان عايد، تأثير تطبيق تيك توك على سلوك المراهقين - دراسة ميدانية بثانوية هواري بومدين بلدية بومهرة احمد ولاية قالمة- قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص علم اجتماع اتصال، 2022/2021، ص 42.

وحده معيارا فمن ينكر الآن ان المشاهير قد حققوا النجاح فعلا، وفقا لمعيار المال، وهو المعيار الوحيد الذي وضعه مجتمعنا نصب اعين شبابه.¹

في النهاية للمتلقي الحكم الأخير، في ان يتابع أو يمتنع، ان يقبل أو يرفض، وطالما ان هناك من جعل للحمقى شهرة، فيعني ان لهم جماهير يروجون لبضاعتهم.

المبحث الخامس: التربية الإعلامية والرقمية سبيل للحد من اعلام التفاهة.

1- التربية الإعلامية:

تتمحور التربية الإعلامية في مواجهة المخاطر ومساوئ المضامين التي من بينها اعلام التفاهة من خلال التطرق الى بعض الآليات والطرق التي تسعى من خلالها تكوين وعي نقدي للمتلقي وتحسين المنظومة الإعلامية المسؤولة في التعامل الإيجابي مع تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة.

بمعنى يصبح هدف التربية الإعلامية هو تحويل الاستهلاك الرسائل الإعلامية الى عملية نقدية نشطة، وتكوين حكم ذاتي مستقل لمساعدة الافراد على تكوين الوعي حول طبيعة تلك الرسائل وفهم دورها في بناء وجهات النظر حول الواقع الذي يعيشون فيه.

فاستخدام مهارة التفكير الناقد تساهم في بناء الوعي الإعلامي لدى الفرد وتساعد على فرز المواد الإعلامية بين ما هو سلبي وما هو إيجابي، كما ان ترسيخ مهارة التفكير الناقد والتي هي من مهام التربية الإعلامية تساعد المتلقي ان يكون متلقيا إيجابيا قادرا على انتقاء المضمون الإعلامي وتحليله وتقويمه، كما ان دور التربية الإعلامية في مواجهة المخاطر ومساوئ تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة يبرز كذلك في تكوين او غرس ثقافة السلوك الواعي إعلاميا لدى افراد المجتمع، "فالوعي الإعلامي لا يقتصر فقط على تحليل وتقويم المضامين الإعلامية، والقدرة على قراءة طبقاتها المتعددة واستخدام مهار التفكير الناقد و فقط، بل هو أكثر من ذلك يتضمن أيضا مهارة حسن الاختيار، التواصل، المشاركة في صياغة الرسائل الإعلامية والتأثير فيها، وكذلك انتاج محتوى اعلامي الهادف."²

¹ -ألان دونو، مرجع سابق، ص 52.

² -ش العيفة، تداخل الرهانات بين التربية الإعلامية عادات مشاهدة الاعمال الدرامية التلفزيونية وتأثيرها على الهوية الثقافية، مجلة أطروحة الدراسات والبحوث البشرية، المجلد(01)، العدد(02)، 2017، ص 285.

2- التربية الرقمية:

أصبحت من الضرورة نشر برامج ودروس في التربية الرقمية المتمثلة في ثقافة والآداب التعامل المناسب و الأمثل مع التقنيات ففي هذا يقول الحمداي " أصبحت للتنشئة الافتراضية في ظل الثقافة الالكترونية أساليب جديدة وافدة علينا من خلال ما أسماه Alvin Toffler بالموجة الثالثة، ألا وهي العصر المعلوماتي، ففي هذا أصبحت هناك محاولات من ناحية معينة من أجل التحكم في محتويات الانترنت غير المقبولة اجتماعيا"¹ ولتحقيق التربية الرقمية ظهر في الآونة الأخيرة مصطلح المواطنة الرقمية Digital citizenship كمفهوم حديث، يهدف الى إيجاد الأساليب والطرق والبرامج والأنظمة المثلى لتوجيه وحماية جميع مستخدمي التكنولوجيا، وخصوصي فئة الأطفال والمراهقين، وذلك بالتحديد من البداية الأمور الصحيحة والخاطئة في التعامل مع التكنولوجيا الحديثة، لتشكيل جدار حماية لجميع الافراد، وخاصة ان التحكم في المنشورات ذات المحتوى المسيء، فالمواطنة الرقمية هي قواعد السلوك المناسبة والمسؤولية المتعلقة باستخدام التكنولوجيا، وتشمل اخلاقيات التعامل وآداب السلوك والسلامة على الأنترنت، والقواعد المنظمة، والحقوق، والمسؤوليات، وغيرها من الأمور المتعلقة بالأساليب المثلى لاستخدام التكنولوجيا الرقمية، فذلك سوف يؤدي الي توعية المواطن الرقمي، فهو يستخدم التكنولوجيا الحديثة بصورة امثل، وخاصة الشبكات الاجتماعية، لخدمة وحماية مجتمعه ووطنه بعيدا عن الإساءة والتشهير بالآخرين.²

من خلال ما ذكرناه يمكن الإجابة عن سؤال هل يمكن ان نبي رقابة ذاتية رقمية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية في ظل اعلام التفاهة؟

في هذا يقول الفيلسوف الإيطالي Umberto Eco يقول: "ان أدوات مثل تويتر والفيس بوك منحت حق الكلام لفئة من الحمقى ممن كانوا يتكلمون في الحانات فقط من بعد كأس من النبيذ دون ان يتسببوا بأي ضرر للمجتمع وكان يتم إسكاتهم فورا أما الآن فلهم الحق بالكلام مثلهم مثل من يحمل جائزة نوبل إنه غزو البلهاء."³

¹ -الحمداي، التعليم الإعلامي ومحو الامية الرقمية، دار وايل للنشر، عمان، ط1، 2015، ص 180.

² - الحمداي، المرجع نفسه، ص 207.

³ -عبد الكريم بوعبيسة، التربية الرقمية لمواجهة سطوة الثقافة التفاهة في المجتمع الشبكي، المجلة الدولية لاتصال الاجتماعي، الجزائر، المجلد (09)، العدد(04)، 2022، ص292.

للمحاربة هذه المسببات لانتشار اعلام التفاهة يتطلب التعليم الفعال لمحو الامية الإعلامية وفهم البيئة الإعلامية المتغيرة، وإعطاء الأولوية لتطوير المناهج والبرامج التي تتحدى المشاكل النظامية التي خلفتها تطورات وسائل الاعلام، بما في ذلك الشبكات الاجتماعية، بالإضافة الى تعليم الافراد وحثهم على تفسير محتويات وسائل وسائل الاعلام ونقدها وفق مرتكزات التيار النقدي لوسائل الإعلام، كما يجب ان يصبح اخذ منهج محو الامية الإعلامية أكثر اهتماما من ثقافة اللامعنى.¹

¹ - عبد الكريم بوعبيسة، المرجع نفسه، ص292.

الفصل الثاني:
القيم المجتمعية وتحولاتها
في الجزائر

تمهيد:

تلعب القيم بصفة عامة والقيم المجتمعية بصفة خاصة دورا أساسيا في تقدم المجتمعات ورفيها، فهي تساهم بشكل كبير في تحديد السلوكيات المقبولة والمرفوضة اجتماعيا وتعمل على ضبط تصرفات الأفراد والجماعات داخل المجتمع الواحد، حيث أن لكل مجتمع قيم تحكمه وتساعد على مواجهة التغييرات التي تحدث فيه فتضمن له استقراره وتحفظ كيانه وتتأثر القيم بالعديد من العوامل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بالإضافة إلى الدين والعادات والتقاليد ووسائل الإعلام إحدى هذه المؤثرات الرئيسية التي تساهم في ترسيخ المنظومة القيمية أو تغييرها من بين المجتمعات المجتمع الجزائري.

فقد تناول هذا الفصل مفهوم القيم بصفة عامة والقيم المجتمعية بصفة خاصة، وتصنيفاتها وكذا أهميتها بالنسبة للفرد والمجتمع وأهم خصائصها، بالإضافة إلى أنواعها وكذلك أثر إعلام التفاهة على القيم المجتمعية لدى الشباب الجزائري.

المبحث الأول: ماهية القيم المجتمعية.

المطلب الأول: خصائص القيم المجتمعية.

رغم الاختلافات والآراء المتعددة ووجهات النظر المتنوعة لمفهوم ومعنى القيم وعلاقتها ببعض المفاهيم الأخرى، إلا أن هناك مجموعة من الخصائص تشترك فيها القيم يمكن تحديدها على الوجه التالي:

1-القيم الذاتية: المقصود بذاتية القيم أنها تتعلق بالطبيعة النفسية للفرد وتشمل الرغبات والميول والعواطف ... وهذه الخبرات النفسية غير ثابتة وتتغير من لحظة إلى أخرى، ومن شخص إلى آخر والقيم في تناسب مع الرغبات وكلما ازدادت هذه الرغبات ازدادت القيم.¹

2-القيم نسبية: إن وجود القيم نسبي، فإذا زالت الأشياء وانعدم الأشخاص زالت القيم وانعدمت، حتى عملية تفضيل بعض القيم على الأخرى لا معنى لها إلا بالنسبة للأفراد، ومن هنا كانت القيم وقتية وغير دائمة.²

3-القيم ثابتة نسبيا: ثبات القيم واستقرارها وصلابتها سوف يظل أمرا نسبيا، فالقيم بكل أنواعها ليست ثابتة وبنفس القدر، لأن القيم تخضع لسنة التغيير والحركة والتطور.³

4-علو القيم : لدينا جميعا إحساس بعلو القيم وارتفاع قدرها وسموها.⁴

5-القيم المتدرجة: نعني بتدرج القيم بأنها تنتظم في " سلم قيمي " متغير ومتفاعل، تنظم فيه القيم بشكل هرمي، تترتب عند الفرد حسب أولويتها وأهميتها لذاته، فتهيمن بعض القيم على بعضها الآخر، فيتشكل لديه نسقا قيميا داخليا متدرجا للقيم. ومثال على ذلك الصلاة وطلب العلم، قيمتان مهمتان لدى الفرد، ولكنه عند وجود طرف ثالث يتحتم عليه الاختيار بينهما، ستتقدم قيمة الصلاة على طلب العلم وفقا لترتيبه الهرمي للقيم.⁵

¹ -صارة شهرة، يزيد قلاتي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية لدى الطالب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، جامعة ام البواقي، 2015/2014، ص 65.

² -صارة شهرة، يزيد قلاتي، المرجع نفسه، ص 65.

³ -صارة شهرة، يزيد قلاتي، المرجع نفسه، ص 65.

⁴ -صارة شهرة، يزيد قلاتي، المرجع نفسه، ص 65.

⁵ -احلام عتيق مغلي السلمي، مفهوم القيم وأهميتها في العملية التربوية وتطبيقاتها السلوكية من المنظور الإسلامي، مجلة العلوم التربوية والنفسية، كلية التربية، جامعة جدة، المملكة العربية السعودية، المجلد(3)، العدد(2)، 2019، ص 85-86.

6- تتسم القيم بالهرمية : إذ أنها ترتب عند كل شخص ترتيباً متدرجاً في الأهمية وبحسب الأهمية والتفصيل لكل فرد وعلى هذا يمكننا القول إن لدى كل فرد نظاماً للقيم يمثل جزءاً من تكوينه النفسي الموجه لسلوكه.¹

7- القيم مكتسبة: فالفرد يتعلم القيم في نطاق الجماعة وعن طريق التنشئة الاجتماعية، حيث تتفاعل تلك العوامل مع التكوين المزاجي للفرد ذاته، بحيث يصبح بعض الأفراد يهتمون ببعض الدوافع وتفصيلها على غيرها من الدوافع.

8- القيم تتضمن الوعي بالمظاهر المختلفة: فالقيمة وعي له الدوام نسبياً، فهي تتكون من خلال وعي معين حول شيء ما وهذا الوعي يولد اتجاهات انفعالية مع أو ضد. ويأخذ هذا الاتجاه صفة الدوام، ومن هنا كانت القيمة متضمنة للوعي بالمظاهر الثلاثة الإدراكية والوجدانية والسلوكية. وهذه المظاهر تتداخل مع بعضها البعض. فالمظهر الإدراكي يتضح في عملية إدراك الشيء وتمييزه. أما المظهر الوجداني للوعي بالقيمة فيظهر في السعي أو الجهود الحركية الظاهري الذي يبذل لبلوغ هدف معين أو الوصول إلى معيار معين من السلوك. وبذلك ندرس وجود مظاهر الوعي الثلاثة دائماً في القيمة ووجودها بشكل مندرج ممتزج متداخل يصعب معه فصل أحدها عن الآخر.²

القيم تبدو حاضرة في سلوك الإنسان، وهي تؤثر في هذا السلوك وتتغلغل في حياة الناس وترتبط عندهم بمعنى الحياة ذاتها فهي ترتبط بدافع السلوك وبالآمال والأهداف ، والقيم نتاج للواقع الاقتصادي والاجتماعي فهي تعكس طبيعة علاقات الإنتاج السائدة في المجتمع ، وهي تعكس الوجود الاجتماعي للأفراد والطبقات في مرحلة تاريخية محددة وداخل تكوين اقتصادي اجتماعي معين ولذلك فإننا نستطيع أن نفهم طبيعة العلاقات الإنتاجية السائدة في مجتمع ما في فترة محددة من تاريخه من خلال تحليلنا لأنساق القيم السائدة، كما أننا نستطيع أن نستدل على طبيعة الأنساق القيمية من خلال تحليلنا لواقع العلاقات الإنتاجية في المجتمع.³

¹ - سلوى سيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم، الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د ط، 2010، ص 220.

² - حسن بن مهني عبيد العياني، التربية على القيم الأخلاقية في مدرسة المستقل - الأسس والمتطلبات - من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في أقسام أصول التربية والتربية الإسلامية بالجامعات السعودية، رسالة دكتوراه، جامعة أم القرى، السعودية، 2012-2013، ص 46.

³ - أحمد أنور، الآثار الاجتماعية للعملة الاقتصادية، مكتبة الأسرة، القاهرة، (د ط)، 2004، ص 27.

بالإضافة إلى أن القيم تمتلك صفة الضدية حيث أن لكل قيمة ضدها مما يجعل لها قطبا إيجابيا، وقطبا سلبيا، والقطب الإيجابي هو وحده الذي يشكل القيمة، في حين يمثل القطب السالب ما يمكن أن نسميه ضد القيمة، أو عكس القيمة.¹

المطلب الثاني: وظائف القيم.

- إن القيم تحقق التوازن النفسي للفرد وتعطي معنى للحياة، لذلك فهي مهمة.
- للقيم دور كبير في بناء الشخصية الفردية.
- تعمل على إصلاح الفرد نفسيا وتربويا وتوجيهه نحو الخير واليمن والممتنان والواجب.²
- تساهم القيم في توجيه وإرشاد الأدوار الاجتماعية وتحدد مهام ومسؤوليات كل دور منهما.
- تعمل كميّار لتوجيه القول والفعل والسلوك الصادر عن الأفراد في المواقف المختلفة.
- تعطي للفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه، وتمنحه القدرة على التكيف والتوافق الإيجابيين وتحقيق الرضا عن نفسه لتجاوبه مع الجماعة في مبادئها، وعقائدها الصحيحة.
- تعمل على الحفاظ على هوية المجتمع، فكل مجتمع هويته الثقافية المميزة التي تعمل القيم على الحفاظ عليها، كما تعمل على تنظيم المجتمع وضبطه واستمراره وتحافظ على بناء الاجتماعي.
- إنها تحقق للفرد الإحساس بالأمان فهو يستعن بها على مواجهة ضعف نفسه، والتحديات التي تواجهه في حياته.³

¹ - ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق، الأردن، ط1، 2006، ص24.

² - بوعطيط سفيان، القيم الشخصية في ظل التغير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه، علوم في علم النفس العمل والتنظيم، جامعة منتوري قسنطينة، 2011_2012، ص76-77.

³ - لينا جمال المصري، أثر استخدام لعب الأدوار في اكتساب القيم الاجتماعية المتضمنة في محتوى كتاب لغتنا الجميلة لطلبة الصف الرابع الأساسي، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في مناهج وأساليب التدريس، الجامعة الإسلامية، غزة، 2010، ص37.

المبحث الثاني: أنواع القيم المجتمعية.

القيم الدينية: ويقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى معرفة ما وراء الطبيعة، وهي اهتمام الفرد بعلاقته مع ربه، والسعي إلى إرضائه والتدبر والتأمل في مخلوقاته، وتعتبر هذه القيمة ذات أثر قوي في نفوس الأفراد " يتميز الأشخاص الذين تسود لديهم هذه القيمة، بإتباع تعاليم الدين في كل النواحي ويتميز بعضهم بإتباع هذه القيمة في عدم سعي وراء الحياة الدنيا.¹

وتتمثل القيم الدينية في:

__ قيمة الإيمان (الإيمان بالله، وملائكته وكتبه ورسله...)

__ قيمة الشكر تتمثل في شكر الله تعالى على نعمه التي لا تعد ولا تحصى.

__ قيمة الاستقامة تتمثل في اتباع طريق الحق والعمل بكتاب الله.

__ قيمة العفة تتمثل في الابتعاد عن كل ما هو حرام ومناهي للدين الاسلامي

__ قيمة الاحترام، التعاون، الصدق، التضامن.

بالإضافة إلى التنشئة الدينية فهذه القيم لها دور كبير في ترسيخ الإيمان وتماسك المجتمع.²

القيم الأخلاقية: تحتل القيم مرتبة عالية لدى الناس، وبل كثيرا ما يعتبرونها القيم على وجه الطالق والقيم الأخلاقية هي القيم التي تشعر الفرد بأنها واجبة التنفيذ ويشعر الفرد بتأنيب الضمير في حالة القيام بها ومن هذه القيم الأخلاقية: الأمانة، الصدق، الإخلاص، ففي كل المجتمعات يشعر الفرد بضرورة التحلي بهذه الصفات وعدم التزامه بها يشهر بتأنيب الضمير.

وتختلف القيم الأخلاقية في طبيعتها، فبعضها إلزامي والآخر اختياري، فالقيم الإلزامية يشعر الفرد بأنه ملزم بها مثل الأمانة واحترام ملكية الغير وعدم قيام الفرد بها يعرضه لعقاب المجتمع، كما أن القيم الاختيارية فيشعر الفرد بنوع من الحرية في القيام بها، وعدم قيامه بها ال يعرضه لعقاب المجتمع، فإذا ما قام بها الفرد شعر بالرضاء عن النفس، ويرضاء عن الآخرين عنه، وإذا لم يقم بها لم يتعرض لعقاب المجتمع مثال: مساعدة المحتاجين، التعاون مع الآخرين.³

¹ المرجع السابق، ص 15.

² -عايد كمال، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري-الشباب الجامعي تلمسان نموذجاً-، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه تخصص اتصال والعلاقات العامة، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2016-2017، ص 140.

³ -محي الدين مختار، محاضرات في علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د ط، د س، ص 197.

القيم الجمالية: ويعبر عنها اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل أو التوافق أو التنسيق، وهو ينظر إلى العالم المحيط به نظرة تقدير من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي، وليس بالضرورة أن هناك فنانيين مبدعين، وإنما لديهم القدرة على التذوق للجمال والفن.¹

القيم الاقتصادية: ويعبر عنها اهتمام الفرد وميله إلى ما هو نافع ويتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتسويق والاستهلاك، واستثمار رؤوس الأموال وهؤلاء يكونون عادة من رجال الأعمال والمال، وتندرج تحتها القيم المادية.²

ومن أهم القيم الاقتصادية: احترام حقوق الملكية للآخرين وعدم التعدي عليها، ترشيد الاستهلاك، الاستغلال الأمثل للثروات.

القيم الاجتماعية: "القيم الاجتماعية هي الفاعل والمكون الأساسي لشخصية الإنسان، وهي المصدر الحقيقي لكل ما يصدر انجازات، فهي عنه من مشاعر وأحاسيس وأفكار وآمال وطموحات واهتمامات، ومن ثم أقوال وأفعال والمكون الحقيقي لشخصيته التي تميزه على غيره."³

والقيم الاجتماعية هي المسؤولة عن السلوك الاجتماعي الذي ينتهجه الفرد فهي "أنواع المعتقدات التي يحملها شخص أو مجموعة من الأشخاص أو مجتمع بأسره ويعتبرها مهمة ويتقيد بها، حيث أنها هي عاملا لمحدد للسلوك سواء كان صواب أو خطأ، صالح أو طالح، جيد أو سيئ، مقبول أو مرفوض."

القيم الفكرية: هي القيم التي تنتج عن الاتجاهات العقلية أو الفلسفية لأفراد المجتمع، وينصب محور اهتمامها على البحث عن الحقائق وأسباب حدوثها بشكل تطبيقي منظم، وهي تشير إلى البحث عن الحقيقة من خلال التفكير والفهم والاستنتاج، لذلك لا يبذل الشخص الفكري أي مجهود لاقتناء أشياء يمكنه الحياة بدونها، لأن التركيز على الفوائد المادية من وجهة نظره يؤثر على صفاء الفكر، كذلك لا يهتم بالنواحي الجمالية لأن ذلك يتعارض مع قيم الرجل الفكري، وهي الموضوعية واستبعاد الإضافات والتحيز.

¹ -نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، د ط، 1999، ص ص 134،135.

² -صفية بومعزة، مليكة بجاوي، حضور القيم الإسلامية في الكتاب المدرسي السنة الثانية ابتدائي دراسة تحليلية لكتاب اللغة العربية التربية الإسلامية والتربية المدنية الجيل الثاني، قدمت هذه الرسالة استكمالا للحصول على درجة الماجستير، جامعة ابن باديس مستغانم، 2018/2017.

³ -إبراهيم رمضان الديد، أسس ومهارات بناء القيم التربوية وتطبيقاتها في العملية التربوية، مؤسسة ام القرى، القاهرة، د ط، 2008، ص ص 09.

وأهم القيم الفكرية هي: حرية التعبير عن الرأي، احترام إبداعات الآخرين، غرس الأخلاق الفاضلة، الانفتاح الثقافي، طرح آراء معتدلة، تنبذ العدوان.¹

القيم السياسية: هي التي تهتم بمظاهر القوة والنفوذ في المجتمع سواء على مستوى الفرد أو الجماعة، والرجل السياسي يبحث على تحقيق ذاته واستقلاليتها دائما، كما أن تعطشه للقوة يجعله لا يقدم على تقديم تضحيات من أجل الآخرين.

من أهم القيم السياسية: الانتماء لمذهب سياسي معين، احترام الزعماء السياسيين، حب الوطن والدفاع عنه، الإلمام بالأحداث والتطورات السياسية في العالم، قبول أصحاب المذاهب السياسية المعارضة.

القيم المهنية: وهي اهتمام الفرد بعمله ومهنته بحيث نبذه يعطي أهمية كبرى للوقت وقد يحضر إلى عمله قبل بدء العمل ويكون آخر من ينصرف من عمله ويعطي له مجهودا مضاعفا، كما أن القيم المهنية تتمثل في الانضباط في الشغل وحب المهنة والإتقان في العمل والتضحية والتفاني والإخلاص، كل هذه قيم يكتسبها الفرد الذي يجعل من أولوياته القيم المهنية.²

القيم الثقافية: هي اهتمام الفرد بأساليب السلوك وأساليب حل المشكلات وأساليب التنشئة الاجتماعية، والقيم الثقافية هي نتاج تفاعل اجتماعي معقد ومتعدد الجوانب كما أن لها دور كبير في ضبط وتحديد سلوكيات الأفراد في مختلف المواقف الاجتماعية والقيم الثقافية مرتبطة بثقافة المجتمع أي في طريقة عيشه وطريقة اللبس والأكل، كما أنها مرتبطة بالعادات والتقاليد والمعايير الاجتماعية وبالتالي نجد أن الذي يكتسب القيم الثقافية مرتبط بالمجتمع الذي يعيش فيه، عاش فيه أجداده أشد الارتباط ويتبنى القيم التقليدية للمجتمع ويكون محافظا عليها ورافضا لكل القيم الأخرى الداخلية على المجتمع من الخارج ويحاول إحياء كل ما هو تقليدي وله علاقة بثقافة المجتمع وأن يتمسك بهذه القيم حتى لا تندثر جراء الغزو الثقافي ومن يتمسك بهذه القيم هم الآباء ويحاولون أن ينقلوها إلى الأبناء.³

¹ - أسماء ريمي، لطيفة طبال، الدلالة السيسولوجيا للقيم، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة البليدة2، جامعة يحي فارس المدينة، المجلد(08)، العدد(02)، 2015، ص10.

² - أسماء ريمي، لطيفة طبال، مرجع نفسه، ص10.

³ - أسماء ريمي، لطيفة طبال، المرجع نفسه، ص11.

القيم العاطفية: وهي القيم التي تهتم بالمشاعر والأحاسيس الداخلية للفرد تتعلق بالأفراد الذين لهم أحاسيس مرهفة يتأثرون لكل كلمة أو سلوك يصدر من الآخرين سواء كان إيجابيا أم سلبيا قد تبكيهم كلمة بسيطة كما قد تؤثر فيهم لمسة حنان لتغير كل حياتهم من يأس إلى أمل، يتألمون لكل ما هو مؤلم ويفرحون لكل شيء يفرح، يبنون علاقتهم مع الآخرين على أساس العاطفة والأحاسيس ويحكمون عاطفتهم أكثر من عقولهم، ويجتهدون من أجل اكتساب حب الآخرين لهم وجلب انتباههم وقد يموتون غما وكمدا إذا أحد جرح أحاسيسهم وعواطفهم.¹

القيم الروحية: وهي القيم التي تتصل بأشياء غير مادية أو بموضوعات اجتماعية مثل القيم المتصلة بالشرف والمحبة والطاعة والصدقة والتعاون والوطنية وإيثار الغير على النفس وكذلك القيم التي تنبثق من الأديان كاللثوق والعدل والجهد والسلام والعفة والصبر وجميع القيم التي يضحي المرء بنفسه من أجل الآخرين أو في سبيل الله وهذه القيم أكثر استقرارا كلما كانت مستقلة عن القيم المادية وهي عكس القيم المادية التي تتجه نحو الأنانية والانسحاق فيها. أما القيم الروحية فتتحو نحو ضبط النفس والسمو والقيم الروحية ترفع الفرد فوق مرتبته التي هو فيها وترفعه عليها والتضحية في سبيل المجتمع ونحو مصلحة الجماعة وسعادتها من المستوى الحيواني الذي يقتصر على الماديات من طعام وشراب ولذة ومتعة إلى المستوى الإنساني. مثل الفقير الذي هو في اشد الاحتياج إلى ماله ومع ذلك يستغني عن جزء منه لمن هو اشد فقرا واحتياجا منه من خلال هذا التصنيف نلاحظ أن القيم متداخلة بعضها البعض فما يكون ضمن القيم الاجتماعية يعد أيضا قيما أخلاقية، وما يكون ضمن القيم الروحية هو كذلك يعد قيم دينية وهكذا، فهذه التصنيفات ما هي إلا تصنيفات تمت في إطار منهجي حتى يفصل الباحثون بين النماذج المختلفة.²

القيم الإعلامية: هي مجموعة القيم والمبادئ التي تضبط وتحدد أسلوب العمل الإعلامي وتحدد المنهج والهدف من العملية الإعلامية والتي تعمل على تنظيم المؤسسة الإعلامية، كما تعزز من الاحاطة بالمعلومات الصحيحة التي تنساب إلى عقول الأفراد ووجدانهم والتي ترفع من مستواهم الفكري وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة، وكذا تقوم بتعديل ردود أفعال الفرد داخل المؤسسة وفق هدف منشود. وتتمثل هذه

¹- أسماء ريمي، لطيفة طبال، المرجع السابق، ص11.

²- أسماء ريمي، لطيفة طبال، المرجع نفسه، ص12.

القيم في قيمة الإخلاص، قيمة العمل، قيمة الأخلاق، وقيمة المصداقية والتي تعنى بتحري صدق المعلومة قبل تقديمها للمجتمع وكذا كسب ثقته.¹

المبحث الثالث: أهمية القيم المجتمعية.

بالرغم من اختلاف وجهات النظر حول القضية القيمية إل أن موقفها ل يتغير عن أهمية القيم في تشكيل السلوك الإنساني، إذ قد يتفق الجميع على أثرها البالغ على تكوين شخصية الفرد وتعريفه بذاته، فسوف نوضح فيما يلي أهمية القيم بالنسبة للفرد والمجتمع.

أولاً: أهمية بالنسبة للفرد:

تعتبر القيم جوهر الكيان الإنساني، فهي المكون الأساسي عند بناء الشخصية الإنسانية وحقيقتها، فبالقيم وبدونها يفقد إنسانيته يصير الانسان إنسانا، أما رسالة الإنسان فتتلخص في التحالف والاستعمار في الأرض، الذي بنى بالفضائل والهداية والقيم الإنسانية التي تحقق للإنسان الرقي والتقدم في الجانب المادي والمعنوي، إن ما يميز لتصوراته وميوله الإنسان عن باقي مخلوقات هو تكريمه بالعقل الذي بدوره يقوم بالاختيار وفقا وخبراته، وتكوينه منظومته القيمية التي منها ينبع سلوكه الإنساني؛ لذلك ينبغي أن نعزز لديه القيم الإنسانية الحسنة والفاعلة الصحيحة المبنية على القناعة والإرادة، يتكون في النفس غرائز بشرية لها تأثيرها على السلوك وهذه حقيقة ل يمكن إنكارها، حيث أن الشهوات سيطر عليها والغرائز أكبر مداخل السوء والفساد ما لم ي ، ولكن الإسلام أوجد الحل لهذه المشكلة؛ فقام بوضع نظام قيم يسيطر على هذه الغرائز ويضبطها؛ فال تغلب عليه.

تورث القيم الفاضلة صاحبها الطاقة الإيجابية الفاعلة، فتكسبه وضوح الرؤية والبصيرة، فينتقل من نجاح لنجاح ومن إنجاز، ليقف عند حد معين مما يضمن سعادته والرضا الذاتي والطمأنينة النفسية لديه، بينما القيم السلبية تورث العجز والكسل والضعف وسوء الحال.²

¹ -جميلة قادم، اخلاقيات العمل الإعلامي في التشريع الجزائري - دراسة تحليلية ونقدية للقوانين الإعلامية-، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة الجزائر 03، الجزائر، المجلد (06)، العدد (02)، ديسمبر 2021، ص 2382.

² ماجد الجلاد، تعلم القيم وتعليمها، دار المسيرة، عمان، ط2، 2007، ص ص 39-44.

ثانيا بالنسبة للمجتمع:

تحتل القيم بأهمية بالغة في حياة الأمم والشعوب، فالمجتمع الإنساني محكوم بمعايير تحدد طبيعة العلاقات القائمة بين أفرادها وأنماط التفاعل فيما بينهم في مختلف مجالات الحياة، وتحفظ القيم للمجتمع بقاؤه واستمراره.

تحفظ القيم للمجتمع هويته وتميزه عن غيره من المجتمعات، فالمجتمعات تختلف عن بعضها بما تتبناه من أصول ثقافية ومعايير قيمية؛ لذلك فالمحافظة على هذه القيم يضمن الحفاظ على هوية المجتمع، التي أيضا؛ تؤدي إلى اضمحلال هويته في حال اختلال هذه المنظومة القيمية الخاصة به.

مما يزيد أهمية القيم للمجتمع؛ أثرها في الحفاظ على بناء مجتمع نظيف صحي خال من السلوكيات السلبية؛ مع انفتاح المجتمع وتجاربه؛ مما زاد الثقل على المربين وأهمية بناء قيم سليمة وغرسها في النشء ليتمكنوا من التمييز بين الخير والشر، وما هو نافع أو ضار.¹

المبحث الرابع: القيم المجتمعية في المجتمع الجزائري.

عرف المجتمع الجزائري تغييرا وتراجعا في منظومة القيم الأصلية بسبب التغير الاجتماعي، فشكل هذا التغير نوعا من الازدواجية الثقافية التي تجمع فيها تناقضات الأصالة والمعاصرة مما يؤدي إلى تغير ملامح الثقافة الأصلية التي هي صلب القيم التي تمثل خصوصية المجتمع الجزائري، فالتغيرات الاجتماعية الثقافية المتسارعة التي وضعت الشباب في اكتساب قيم جديدة غير مألوفة أدت إلى إحداث خلل في تكيف الشباب وأنهارهم، وهذا ما أدى إلى تحولات شبه كلية في منظومة القيم ولذا نجد في الغالب تصادما ما بين النظم الرسمية الوافدة والنظام الاجتماعي الأصلي المبني على القيم والمعايير التراثية التقليدية للمجتمع.²

1-تغيرات اجتماعية: تغير البناء الاجتماعي الناتج عن التقدم التكنولوجي أدى الى التقليل من العمالة اليدوية، مما يزيد من نسب البطالة خصوصا فئة الشباب فينتج عنه فراغ عقلي وهذا يدفع الشباب إلى البحث عن سبيل لسدها وأبرز هذه السبل؛ تبني القيم التي تتعارض مع قيمنا الأصيلة مثلا شرب الخمر، تعاطي المخدرات وغيرها... وهذا جعل بعض الشباب يتجه إلى العنف للتنفيس عن طاقاتهم المكبوتة وقلت صور الانتماء لديهم.

¹ -أحلام عتيق مغلي السلمي، مرجع سابق، ص 86-87.

² - أسماء رتيمي، لطيفة طبال، المرجع السابق، ص 12.

كما انتشرت القيم السلبية في المجتمع الجزائري وانعكس ذلك على الإبداع وإعاقة التنمية وضياع القيم الاجتماعية وسيطرت قيمة واحدة على عقول الكثيرين وهي الثراء والمال فقط، ودَعَمَ هذه الأفكار القمع والتهميش مما قتل الرغبة في الانتماء والسعادة.¹

2-تغيرات ثقافية: يحاول الاعلام الغربي فرض ثقافة عالمية موحدة عن طريق هيمنتها على العالم. مستغلة في ذلك ضعف المنافسة وعدم وجود البديل ومع عف الامة العربية في صد الغزو الإعلامي أصبح من الطبيعي أن تسود الثقافة الغربية ومعها القيم الغربية والتي تهدف إلى ترسيخ مجموعة من القيم والسلوكيات الاستهلاكية، فوجد الشباب نفسه مع معاناة الاغتراب وطمس الهوية الوطنية، وأصبح يعيش دون هدف واضح أو غاية بينية.

كما تراجعت اللغة العربية أمام اللغة الأجنبية، وخاصة اللغة الإنجليزية. فتوجه الشباب طوعا وكرها لتعلم لغة الاتصالات اليومية مهملين اللغة الأم، وليس هذا فقط بل نرى بعض الشباب يرفع الأعلام الغربية على ملابسهم ومعلقاتهم الشخصية فنجد بعضهم يفتخر بملابسه الغربية ولغته الأجنبية حتى وإن كانت منافية لأعراف والتقاليد وغير مقبولة في مجتمعه. ويربط كل هذا بالحرية الشخصية والتفاخر والانفتاح على الثقافات الأخرى. كما نلاحظ تمسك بعض الشباب بالنماذج الاجنبية على حساب النماذج الوطنية الأصيلة. فنجد مثلا في مواقع التواصل الاجتماعي يسخر من اللباس الشرعي المحتشم ويروج للانحلال واتباع الشهوات باسم التقدم والافتتاح، ويمجدون ويتابعون كل من يؤيد هذا الفكر، إضافة إلى نشر مقاطع من الفيديوهات التي تروج لمسلسلات أجنبية تدعو إلى الرذيلة والخداع والانحلال والعلاقات الجنسية خارج إطار الزواج الشرعي.²

3-تغيرات اقتصادية: شهد المجتمع الجزائري تغيرات اقتصادية عامة أثرت على حياة الأفراد، وخلقت أنماط جديدة للحياة مست جوانب حساسة اجتماعية أخلاقية قيمة خاصة لدى الشباب، فحلت القيم الوافدة الغربية محل القيم التقليدية الأصيلة وهي قيم الربح والاستثمار. فالغاية تبرر الوسيلة على حد تعبير "مكافيلي" وتصوير الإعلام الحياة للشباب على أنها مجرد فيلا وسيارة فاخرة وفتاة جميلة، وأن الحياة مجرد صدفة لا عمل فيها.³

¹ -أحمد علي لقم، الشباب بين القيمة الأخلاقية وعالم المتغيرات، جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز، السعودية، د ط، د س، ص ص15-16.

² -أحمد علي لقم، المرجع نفسه، ص ص 18-19.

³ -إسماعيل إبراهيم، الشباب بين التطرف والانحراف، الدار العربية للكتاب، القاهرة، ط1، 1998، ص117.

كما حث على المحررة لعيش حياة تصورها في ذهنه تعنى بالرفاهية والمثالية، هذا أدى إلى تراجع إنتاجية الفرد وعدم تحمله المسؤولية الاقتصادية والإسراف في المال على أمور غير معقولة، والمقارنة بين الفرد والآخر بما يكسبه. وكذا عدم ترتيب الأوليات الاقتصادية للفرد ألا هي الضروريات، الحاجيات والكماليات، أحدث هذا فوضى في المجتمع على الصعيد الاقتصادي.

4-تغيرات سياسية: أدى غياب القدوة السياسية إلى تعميق التناقض في عقول الشباب، فتقدم كبار شخصيات الدولة للمحاكمة بتهم حرق القانون والاختلاس أسقط هؤلاء من مصادف القدوة، وأيضا غياب الشورى والاختذ برأي أفراد المجتمع في اتخاذ القرارات المتعلقة بدولته. فإتجه الشباب إلى العنف والتخلي عن بعض القيم التي تعلمها، واستبدال القيم الغربية بالقيم الوطنية، وهو ما يهدد هوية الأمة كلها. وفي غياب القدوة الحسنة التي يقتدي بها الفرد تضيع قيمه ويكتسب قيم لأخلاقية وسلوكيات منحرفة كالسرقة والقتل والتجارة المنوعة وغيرها بغرض جلب حقوقه الضائعة.¹

5-تغيرات أخلاقية وجمالية: في ظل غياب الرقابة الأسرية يتجه الفرد إلى تبني قيم جديدة بغية التطور وتفادي تناقض القيم الذي ينشأ مع تطور الأجيال، يجد الفرد نفسه أمام خيارات كثيرة، وقد تكون هذه الخيارات خاطئة وتنعكس عليه وعلى مجتمعه سلباً. فمثلا الرغبة في تحسين المظهر ومواكبة الموضة يجعل الفرد يقدم على ألبسة غريبة وغير محتشمة (سراويل الجينز الممزقة، وبنطالون القصير الذي يظهر نفس جسده...)، وألبسة ضيقة وقصيرة بالنسبة للفتيات وتفضيل احذية ذات كعب عالي لإظهار الانوثة كما يزعمون (أصبحنا نرى بعض الرجال يلبسون احذية ذات كعب أيضا وذلك باعتبارها موضة العصر).

وضع مساحيق التجميل لم يعد حكرا على نساء فقط بل أصبح الرجال أو الذكور يستخدمونه أيضا بداعي الحفاظ على مظهر لائق (كريمات للبشرة وغيرها...)، وضع اكسسوارات في مختلف أنحاء الوجه (في الانف وعلى الحاجب، في الشفاه واللسان...)، اضافة إلى ظاهرة صبغ الشعر لدى الأولاد مع تسريحات شعر غريبة عجيبة ووضع علامات على الحواجب، وكذا اجراء عمليات تجميلية سواء بنات أو اولاد وتعديل شكل الجسم والوجه (عمليات تصغير الانف ورفع الخدود ونفخها، عمليات تنحيف الجسم او العكس في مناطق مختلفة من الجسد). كل هذا تحت مسمى التقليد الاعمى للغرب وما يجلبه الاعلام من ثقافات.

¹ -محمد نادر جودة، التغير السياسي، نشر بتاريخ 2020/08/07، تم الاطلاع يوم 2023/05/15 على الساعة 11:20، على

رابط: <http://political-encyclopedia.org>

المبحث الخامس: مؤشرات القيم الجديدة في عصر التفاهة.

نوجز أهم تأثيرات إعلام التفاهة على المنظومة القيمية لدى المجتمع الجزائري وبوجه الخصوص فئة الشباب كالقيم السياسية والاقتصادية والاجتماعية وكذا الثقافية والإعلامية فيما يلي:

التأثيرات السياسية: يشكل الميدان السياسي بيئة مناسبة لتطور وازدهار اعلام التفاهة، بالنظر لما يملكه من إمكانيات مساعدة على ذلك (المال، السلطة، الجمهور)، وبالاعتماد على الحرية والتعبير كحقين لضمان ما يتم نشره وتداوله على الساحة السياسية. وقد شهد السلوك والخطاب السياسي تسطيحا يفوق الجرأة القياسية، وذلك من خلال تبسيط الأوضاع الفردية المعقدة إلى أقصى الحدود، حيث جردت القيم السياسية من محتواها كقيمة الالتزام والواجب والحق. واستبدلت بقيم سياسية هجينة هدفها الريح والسلطة والقيادة ليس إلا، إضافة إلى الشعارات العاطفية المسلية والمبتذلة التي تعتمد في تسيد مواقفها، ونحو حجم الفساد واللامبوضافية بوتيرة سريعة من خلال تواطؤ السياسي وإعلام التفاهة، نظرا للخدمات المتبادلة خاصة في المجتمع الجزائري لأن اعلام التفاهة هي وسيلة لاستمرار الفساد والاستبداد.¹

1-التأثيرات الاقتصادية: يشكل هذا الاتجاه دعما كبيرا لسيادة التفاهة من خلال سياسات رجال الأعمال وسلطة المال والاقتصاد والشركات الكبرى، والتي لا يهمنها غير تنمية الأموال وتراكم الأرباح، دون مراعاة للقيم الإنسانية و التنمية باعتبارها المبدأ المنشود الذي نسبته السياسات الكبرى للاقتصاد والرأسمالية المتوحشة على حساب أهدافها الخاصة موظفة في ذلك كل أساليب التدليس والتفاهة، إن الاقتصاد الرأسمالي شعوف بالهيمنة و السيطرة لهذا يسعى إلى تكريس سلطة التافهين في مجال السوق الذي هو الميدان الواقعي للتفاهات، من خلال تبضيع السخافة والإسهام في وضاعة وانحطاط المجتمع الأخلاقي الذي آلت إليها حياتنا، وهذا راجع لسببين:

1-تشجيع ثقافة الاستهلاك، وانعكاس أسواق التفاهة الأمر الذي أثر في البعد الاجتماعي والثقافي للإنسان، وكذا البعد القيمي والأخلاقي، فتم تعويض المشاعر النبيلة للإنسان بالمال والنقد الذي هو الغاية الجديدة والمطمح لكل الناس، لأن المال أصبح قيمة مطلقة وهو الوسيلة لضمان كل شيء.

2-العمل على مبدأ الحط من خبرة أصحاب الكفاءة واستبعادهم من مجالات التأثير العام، القادرين على كشف وفضح القيم الحقيقية للفعل الاقتصادي ولسيرورة الإنتاج وتدبير الإدارة والتنظيم، فضلا عن استعمار

¹-احمد وزاهي، مفهوم التفاهة عند ألان دونو، نشر بتاريخ 27 ماي 2020، تم الاطلاع يوم الأربعاء 30 مارس 2023 على الساعة

12:25، على الرابط <https://couua.Com>.

العقول بالإعلانات التجارية واستلاء الشركات الكبرى على الفعل التجاري والتحكم فيه، وتوارد ماركات كثيرة وعديدة للاستهلاك بمواصفات لا تراعي الجودة، وهذه الأخيرة ليست رهان الاقتصاد، ولكن غايته الربح السريع وبأقل تكلفة ولو على حساب الإنسان.¹

2-التأثيرات الاجتماعية: إن إعلام التفاهة يستمر في إلقاء ثقله كاملا من خلال تشكيل النماذج التي يقتدي بها الفرد أو الجماعة، فيمنح الاعتبار إلى مشاهير نجوم الثقافة التفاهة فيحدد ميولاتنا، ورغباتنا وقيمنا، وعلاقاتنا الاجتماعية، وذلك بتحريف وتهيئتها.

3-التأثيرات الثقافية: يعتبر المجال الثقافي أسمى تجليات إعلام التفاهة بعد تغلغه في المجال الاجتماعي و السياسي والاقتصادي، حيث أن مجموعة من المؤثرات تساهم في تشكيله كالثراء والنجومية التفاهة للفاعلين والمجانين في إعلام التفاهة، الذين حددوا بطريقة غير مباشرة معايير الحياة وقيمها الجديدة، فالثراء وخصائصه يمكنان المرء من أن يطلق العنان لسلوكيات دنيئة لا يشفع لها إلا وضعه كشخص ثري، وليس فقط على مستوى الأفعال وإنما على مستوى قيم الأشياء فكل شيء له مقابل مادي كتعويض في تغافل تام عن القيمة الحقيقية للأشياء، وكذا العنف المترتب عن التعامل المادي كوسيط بين التافه والآخر والأشياء على حد سواء.²

إن نمط النجومية والثراء لا يقف عند ممارسة التفاهة فقط بل يساهم إلى جانب فاعلين آخرين في تنمية وتراكم الرأسمال الثقافي. فيقف موقف الفقيه المشرع له، فينتجها ويؤمن بها ويقعد لها من حيث مواقفه وآرائه ويجد في ذلك قبولا اجتماعيا كمرجعية تزكي نهجه الثقافي ومرونة إعلاميا لأنه مادة مستهلكة بامتياز، وبالتالي يصير المرتكز الثقافي ككل دعامة أساسية لترسيخ التفاهة وتجزير التخلف الحضاري وتغيير المنظومة القيمية للفرد، من خلال تسويق نماذج دنيئة للثقافة والقيم، و بموجب السلطة التي يمنحها إعلام التفاهة فإن الفنان الخاضع لقيود الإدارة الخاصة (محرك التافهين أو صانعهم) يمكن أن يجند في أوقات الأزمة، ليصبح آلية نشيطة في تكريس التفاهة وتزييف الحقائق وتوجيه الرأي العام مدعوما بكل الوسائل الإعلامية سواء بعمل خيري أو قد يصبح كبش فداء عن طريق فضيحة تغطي عن الحدث السياسي الهام، ليطاله التغافل والنسيان.

¹-احمد اوزاهي، المرجع السابق.

²-ألان دونو، المرجع السابق، ص251.

4-التأثيرات الإعلامية: إن الإعلام التفاعلية صناعة تواصلية يحركها هاجس المصلحة والتسويق للاهتمام بالقضايا التفاعلية، ما يعني أن التفاعلية الإعلامية تثرثر في آلاف من الموضوعات التي ليس لها قيمة نفعية دون أن تشير وتتناول موضوعا علميا، وتسهب في تفسيره وشرحه لأنها هي ذاتها عاجزة عن خوض غمار النقاش العلمي، فالأمر لا يتعلق بالإعلام وآليات اشتغاله وإنما بنوعية المتلقين أيضا، فهم يتحملون جزءاً من المسؤولية، فهم يلتهمون التفاعلية ويسهمون في استهلاكها وانتشارها من خلال تشجيعها والترويج لها، فإعلام التفاعلية لا يثبت فعاليته القصوى إلا مع هؤلاء من الناس الغير قادرين على النقد والتفكير لما يتلقونه،¹ وتكمن خطورة الإعلام التفاعلية في تعدد وسائله وأتماطه والتي نجد منها الشبكات الاجتماعية، فهي ليست سوى فضاءات افتراضية للتشبع بقيم التفاعلية قبل نقلها للواقع (أي فضاءات لاختيار و ترويج التفاعلية) ويعرف إنتاج اعلام التفاعلية تفاعلا كبيرا وتراكما تسارعا ضخما مؤسسا بطء كبير من التهكم، ومرتبطا بشخصه و قيمه، ذلك راجع إلى يسر أساليبها و توفر إمكانياتها في يد كل من هب ودب بعيدا عن التخصص و الكفاءة و الجودة وغياب التأطير و الرقابة، فضلا عن أن منتج التفاعلية الذي بدأوا يلقبون بالأساتذة و العلماء و الشيوخ يجدون مساندة من ذوي رؤوس الأموال لتكريس ثقافة الاستهلاك الإعلامي.²

فنجد مثلا الشبكات الاجتماعية تروج منتوجات منحة بمئات الإشارات وفي أوقات مقصودة، تستهدف من خلالها جميع الشرائح والفئات خاصة فئة الشباب فتخدر عقولهم وتشحن عاطفتهم وتغير قيمهم وتعمل على تنمية قيم استهلاكية. وبالتالي فهي تعمل على تكوين الفرد كما تعزل الأفراد من خلال ما يتم تداوله ونشره من محتويات وأخبار عن الواقع الحقيقي، وتنزع عنهم الحس الجماعي والاجتماعي وتجعلهم منغلقيين فاقدون الإرادة والقوة فضلا عما تقدمه من الموضوعات التي تكرر السداحة وكذا عرض مقاطع من مسلسلات وبرامج مثلا (كاميرا كاشي...) والتي تشتغل على مواضيع فارغة وصانعيها غالبا ما يكونون نخبة التفاعلية ومشاهيرها، فتجتهد في ترويجها وجعلها نماذج ناجحة ينصح الاقتداء بها وبالتالي تعمل على إنتاج منتج قيمي فاسد يخرب المجتمعات والقيم.

¹-ألان دونو، المرجع السابق، ص 49

²-ألان دونو، المرجع نفسه، ص 51.

الجانب التطبيقي

تمهيد:

بعدها تطرقنا في الفصل الأول الى الجانب المنهجي والنظري لهذه الدراسة الذي يحدد لنا الإطار العام لمسار الدراسة التطبيقية، فإننا في هذا الفصل الثاني نسعى الى التحليل الكمي والكمي للبيانات التي تم جمعها بأداة تحليل المضمون لنصل بعد ذلك الى تفسير نتائج الدراسة، كل هذا من اجل الإجابة على الإشكالية والتساؤلات الفرعية ووصولاً الى النتائج النهائية للدراسة.

أولاً: بيانات الصفحة محل الدراسة

جدول رقم 02 يوضح تفرغ بيانات الصفحة محل الدراسة.

بيانات الصفحة شعار الصفحة	التعريف بالصفحة	رابط الصفحة	المتفاعلون مع الصفحة	مدة التحليل
شعار لا يوجد اسم صفحة: Chahinez Caroline Florstad	هي صفحة خاصة على موقع الفيس بوك صاحب هذه الصفحة Chahinez Caroline Florstad وصانعة المحتوى " كارولين" ذات محتوى تافه أنشأت بتاريخ 01/05/2018	<a href="https://www.fac
ebook.com
carolineflorstad">https://www.fac ebook.com carolineflorstad	للصفحة 2.1 مليون من المتابعين. 982 الف تسجيلات اعجاب.	تحليل لمدة ثلاث أشهر (فيفري، مارس، أفريل) على 30 مقطع فيديو من أصل 155 من نفس المدة.

تشير نتائج الجدول الى التعريف بالصفحة حول الدراسة التحليلية، واسم الصفحة الى جانب تاريخ إنشائها، وعدد المعجبين بها والمتابعين لها، حيث كانت من اهم الأسباب والدوافع وراء اختيار هذه الصفحة بالذات لإجراء الدراسة التحليلية، وذلك انها أكثر الصفحات رواجاً وانتشاراً بحسب عدد متابعيها في الصفحة الشخصية لها و الذي يفوق 2 مليون متابع وهذا يعطي إمكانية تحليل البيانات والنتائج بحسب توجه الصفحة.

ثانياً: التحليل الكمي والكيفي للمضمون

أ-تحليل فئات الشكل:

1- فئة اللغة المستخدمة:

جدول رقم 03 يوضح تفرغ فئة اللغة المستخدمة على كل منشورات الصفحة المدروسة

المرتبة	النسبة	التكرار	اللغة المستخدمة
الاولى	50.84%	30	العامية الجزائرية
	00%	00	العربية الفصحى
الثالثة	20,33%	12	الانجليزية
الثانية	28.81%	17	السويدية
	100%	59	المجموع

يوضح الجدول رقم 03 النسب الخاصة بفئة اللغة المستخدمة في مقاطع منشورات على صفحة Chahinez Caroline Florstad على موقع الفيس بوك، حيث أكبر نسبة كانت لفئة اللغة العامية،

حيث وجدنا صناعة المحتوى "كارولين" تستخدم العامية، سواء من طرفها أو المتابعين لها وعدم تحكم كلاهما في لغته الأصلية، وقد تحصلت العامية بتكرار 30 مرة وبنسبة تقدر بـ: 50,84% تليها السويدية بتكرار 17 مرة وبنسبة 28,81% وتليها الإنجليزية بتكرار 12 مرة وبنسبة بـ 20,33% وجاءت اللغة العربية الفصحى بدون نسبة قدرت بـ 0%، وجاءت اللغة العربية الفصحى بتكرار 0 ونسبة قدرت بـ 0% وهذا يعني انه ما ينشر على صفحة المدروسة معظمها باللغة العامية حيث يمكن التفسير من النسب الموضحة أعلاه ان اللغة أكثر استخداما كانت العامية، وهذا راجع الى انها اللغة الجمهور المستهدف وهو الجمهور الجزائري بشكل عام وفتة الشباب بشكل خاص، اذ تعتبر العامية الأكثر رواجاً في المجتمع الجزائري، فكان الغرض الأساسي من استخدام صناعة المحتوى "كارولين" من اختيارها هو إنجاح العملية الاتصالية وتمكينهم من فهم واستهلاك محتوى ما تقدمه وما تنشره على صفحاتها، وهذا ما يوضح تغييب اهم مقومات الهوية الوطنية وأحد ثوابت قيم المجتمع الجزائري وهي اللغة العربية، كما ان استخدام اللغة الإنجليزية والسويدية انما يدل على الترويج للثقافة الغربية.

2- فئة أشكال اللباس:

جدول رقم 04 يوضح تفريغ فئة اشكال اللباس المنشورات على الصفحة المدروسة

المرتبة	النسبة	التكرار	اشكال اللباس
الاولى	56.41%	22	فاضح جدا
الثانية	30,76%	16	فاضح نوعا ما
الثالثة	07,69%	03	محتشم نوعا ما
الرابعة	5.12%	02	أزياء تقليدية
	100%	39	المجموع

يتبين من خلال الجدول الذي يوضح فئة أشكال اللباس على صفحة صناعة المحتوى "كارولين" على موقع الفيس بوك، الأكثر استخداما على صفحاتها هو من النوع الفاضح جدا، حيث جاء بتكرار 22 مرة وبنسبة 56.41%، فهذا يعني ان اللباس الذي قامت باستخدامه في كل ما تنشره من مقاطع فيديو كان ليس محتشم، وبالتالي لا يمثل بأي صلة بمجتمعنا الجزائري، يليه النوع الفاضح نوعا ما بتكرار 16 مرة وبنسبة 30.76%، ثم تليها اللباس المحتشم نوعا ما بنسبة ضئيلة بتكرار 03 مرة ونسبة قدرت بـ 7.69% وجاءت

الازياء التقليدية بتكرار 02 وبنسبة 5.12% وذلك من خلال ارتداء الزي القبائلي الجزائري، وعندما تركز المنشورات على اللباس لا يمثل لهوية المجتمع الجزائري بأي صلة، فهذا ضمينا يدفع الشباب الجزائري خاصة فئة الاناث الى تقليد صناعة المحتوى "كارولين" وبالتالي السعي الى تبني المظهر الخارجي لهوية الشباب الجزائري على اعتبار ان صناعة المحتوى "كارولين" من النجوم ومحكاتهم من خلال التشبه بأسلوبها في اللباس تعد نوعا ما من الاشباع المحقق لهم، وبالتالي تعمل على طمس هذا المكون من الهوية الشباب الجزائري المتمثل في لباسه المحتشم الذي نشأ عليه والمرتكز أساسا على الحشمة.

3- فئة اللقطات المستخدمة:

جدول رقم 05 يوضح تفريغ فئة اللقطات المستخدمة صناعة المحتوى "كارولين" على موقع فيس بوك.

المرتبة	النسبة	التكرار	اللقطات المستخدمة
الاولى	54,54%	42	اللقطات المقربة للصدر
الثانية	19,48%	15	اللقطات المقربة للخصر
الثالثة	16,88%	13	اللقطات المتوسطة
الرابعة	9,09%	07	اللقطات العامة
	100%	77	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 05 ان اللقطة المقربة للصدر استخدمت أكثر على صفحة المدروسة حيث قدرت بتكرار 42 مرة وبنسبة 54.54%، ثم تليها اللقطة المقربة للخصر بتكرار 15 مرة وبنسبة 19.48% بعد ذلك اللقطة المتوسطة بتكرار 13 مرة وبنسبة 16.88% واللقطات العامة بتكرار 07 مرات وبنسبة قدرت 9.09%.

اذن فإن صفحة صناعة المحتوى "كارولين" على موقع الفيس بوك لا تركز على محتوى هادف ومكتسبات ومعارف يستطيع الشباب الجزائري أن يتبناها بل تركز بالأساس على السمات الجسدية ومثل هذه الطرق تؤثر على الشباب الجزائري بالاستهلاك مثل هذه السلوكيات والقيم، وهذا النوع من اللقطات المقربة للصدر نجده في العروض النسائية والعروض الراقصة، وبالتالي فإن صناعة المحتوى "كارولين" تقدم رسائل إيجابية تؤثر في المتلقي له وهي دغدغة الميولات الجنسية وتقديم صورة تسويقية للجسد بشكل لا أخلاقي مستعرضة بذلك

تفاصيل الجسد بشكل خادش ومنافي لقيمة الحياء، اللقطات المستخدمة في تصوير الفيديوهات محل الدراسة لم تركز في عرض مضامينها على صورة قيمية معتدلة يستطيع الشباب الجزائري ان يتبناها، بل تم التركيز على السمات الجسدية، ومثل هذه الطرق تقدم صورة ذهنية سلبية للمتلقي والمتابع لمثل هذه الفيديوهات مجردة من قيمنا الاصلية مثل الحشمة والحياء والستره.

4- فئة تفاعل المتابعين:

جدول رقم 06 يوضح تفريغ فئة التفاعل المتابعين مع الصفحة محل الدراسة.

النسبة	التكرار	فئة التفاعل المتابعين
25%	30	اعجاب
25%	30	تعليق
25%	30	مشاركة
25%	30	حفظ
0%	0	التعليق على التعليق
100%	120	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 06 تفريغ نسب التفاعل وهي الفئة التي تمثل فئة تفاعل الجمهور المتابع مع فيديوهات صانعة المحتوى كارولين" وكانت بنسب متساوية تحصلت فئة الاعجاب والتعليق والمشاركة والحفظ بتكرار 30 مرة ونسبة قدرت بـ: 25% وهذا يدل على ان جمهور هذه الصفحة في تفاعل نشط ويستخدمون الاشكال السابقة ذكر كأسلوب للتفاعل مع محتوى "كارولين"، اما التعليق على التعليق لم نلتمسه وهو غير مستعمل من قبل المتابعين لذلك يتضح ان المتابعين يفضلون التفاعل الفوري.

5- فئة مكان التصوير:

جدول رقم 07 يوضح تفريغ فئة مكان التصوير الموجود على الصفحة محل الدراسة.

المرتبة	النسبة	التكرار	فئة مكان التصوير
الاولى	100%	30	التصوير الداخلي
الثانية	00%	00	التصوير الخارجي
	100%	30	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول توزيع فئة مكان التصوير التي تستخدمها صانعة المحتوى "كارولين" في فيديوهات الت تنشرها حيث بلغت اعلى نسبة لفئة التصوير الداخلي بتكرار 30 مرة وبنسبة قدرت 100%، بينما لم تحتل فئة التصوير الخارجي تكرار وكان منعدم، اعتماد صانعة "كارولين" لأسلوب التصوير الداخلي للمنزل العائلي وما يحتويه هو امر منافي للقيم المجتمعية ويعتبر انتهاك الخصوصية كما ان التصوير الفيديوهات في الداخل يدل على ان صانعة المحتوى "كارولين" تقضي ايامها فقط في تصوير الفيديوهات وعدم العمل.

6- فئة الأساليب الفنية:

جدول رقم 08 يوضح توزيع فئة الأساليب الفنية التي تستخدمها صانعة المحتوى "كارولين" في فيديوهات التي تنشرها.

المرتبة	النسبة	التكرار	الاساليب الفنية
الاولى	45%	18	الايماءات والحركات
الثانية	30%	12	الصور
الثالثة	17.5%	07	فنيات اخرى
الرابعة	2.5%	01	مؤثرات صوتية
	100%	38	المجموع

يوضح الجدول رقم 08 الأساليب الفنية التي تعتمد عليها صانعة المحتوى "كارولين" لتقديم مواضيعها التي تنشرها، حيث يتبين ان استعمال الايماءات والحركات بكثرة سجلت بتكرار 18 ونسبة بلغت 45%، واستعانت بالصور بتكرار 12 ونسبة 30%، وقل منها فنيات أخرى بتكرار 07 ونسبة 17.5%، وسجلت المؤثرات الصوتية بنسبة ضئيلة بتكرار 01 ونسبة 2.5%.

تبين النتائج في الجدول أعلاه تنوع صانعة المحتوى "كارولين" في الأساليب الفنية في فيديو هاتها، حيث نلاحظ عدم استخدامها للمؤثرات الصوتية بصفة كبيرة ومتكررة في فيديوهات محل الدراسة، كما تظهر الايماءات والحركات بنسبة كبيرة بسبب أهميتها في جذب انتباه المتلقي وتتمثل في استعراض الجسد واغراء واعتمادها بنسبة قليلة على الصور وهذا راجع الى عدم اهتمام صانعة المحتوى "كارولين" بما تنتجه من مادة سمعية بصرية.

7- فئة تسريحات الشعر:

جدول رقم 09 يوضح توزيع فئة تسريحات الشعر صانعة المحتوى "كارولين".

المرتبة	النسبة	التكرار	تسريحات الشعر
الاولى	65.51%	19	غريبة
الثانية	31.03%	09	عادية
الثالثة	3.44%	01	حجاب
	100%	29	المجموع

يوضح لنا الجدول رقم 09 توزيع فئة تسريحات الشعر التي ظهرت بها صانعة المحتوى "كارولين" في الفيديوهات التي نشرها، حيث سجلنا اعلى نسبة لفئة التسريحات الغريبة بتكرار 19 مرة ونسبة 65.51%، تليها التسريحات العادية بتكرار 09 مرة ونسبة 31.03%، واقل منها الحجاب بتكرار 01 مرة ونسبة 3.44%.

التسريحات التي ظهرت بها صانعة المحتوى "كارولين" هي تسريحات غريبة غير مألوفة وفي بعض الأحيان تشابهت هذه التسريحات مع قصات الشعر للرجال كما انها اعتمدت في مرات على الشعر المستعار وظهرت بالحجاب وهذا امر منافي للدين والمجتمع الجزائري ظهور بالحجاب في أوقات الصلاة ما يعرف بالرياء الا ان هذه التسريحات لا تعكس صورة المرأة الجزائرية.

8- فئة الشخصيات التي ظهرت مع صانعة المحتوى "كارولين":

جدول رقم 10 يمثل تفريغ فئات الشخصيات التي ظهرت مع صانعة المحتوى "كارولين" على

الفيديوهات محل الدراسة.

المرتبة	النسبة	التكرار	الشخصيات
الثانية	33.33%	15	الزوج
الاولى	66.67%	30	الأبناء
	00%	00	الوالدين
	00%	00	الإخوة
	00%	00	الأصدقاء
	100%	45	المجموع

يوضح لنا الجدول رقم 10 الشخصيات التي ظهرت مع صانعة المحتوى "كارولين" على الفيديوهات محل الدراسة، حيث ظهرت مع الزوج بتكرار 15 مرة وبنسبة قدرت بـ: %33.33 من ثم تأتي فئة الأبناء بتكرار 30 مرة وبنسبة بلغت 66.67، في حين لم نسجل لها ظهور مع الوالدين والإخوة والأصدقاء في صناعة المحتوى، ومن هنا يتضح لنا حجم التغيير في الصورة القيميّة حيث ان مشاركة مثل هذه الشخصيات على موقع فيسبوك في مشاهد منافية للمبادئ ومعايير المجتمع يعد تحولا واضحا في القيم الثابتة لدى الشباب الجزائري وضرب لتعاليم الدين الإسلامي بإظهار الحياة الزوجية وانتهاك الخصوصية الزوجية.

ب-تحليل فئات المضمون:

1-فئة المواضيع:

جدول رقم 11 يوضح تفريغ فئة المواضيع الموجودة في الصفحة محل الدراسة.

المرتبة	النسبة	التكرار	المواضيع
الثامنة	2.70%	02	الزواج
التاسعة	1.35%	01	السياسة
السابعة	2.70%	02	الفن والتمثيل
السادسة	4.05%	03	الدين
الاولى	27.02%	20	روتين اليومي
الرابعة	12.16%	09	اخبار (شبكات اجتماعية)
الثالثة	13.51%	10	الطبخ
الخامسة	10.81%	08	الغربة
الثانية	25.74%	19	التجميل
	100%	74	المجموع

يوضح الجدول رقم 11 فئة المواضيع والتي ندرس من خلالها حول ماذا يدور مضمون صفحة الشخصية "كارولين" وذلك لمدى أهميتها في تحديد توجهها، ومن اجل ان تكون أكثر دقة ارتقمنا ان نقسم فئة المواضيع لمعرفة الأكثر تداولاً في الصفحة، وصنفناها الى السياسة، الدين، الروتين اليومي، التجميل، المجتمع الجزائري، الغربة، الفن والتمثيل، الزواج، اخبار(الشبكات الاجتماعية)، وحيث سجلت اعلى نسبة لفئة الروتين اليومي بتكرار 20 مرة وبنسبة %27.02 وفئة التجميل بتكرار 19 مرة وبنسبة %25.74 في حين جاءت فئة

الطبخ بتكرار 10 مرات وبنسبة 13.51% تليها اخبار(الشبكات الاجتماعية) بتكرار 09 مرات وبنسبة 12.16% وجاءت الغربية بتكرار 08 مرات وبنسبة 10.81% تليها الدين بتكرار 03 مرات وبنسبة 4.05% بينما احتل الفن والتمثيل والزواج نسب متساوية بتكرار 02 وبنسبة 2.70% واخيرا السياسة لتكرار 01 وبنسبة بلغت 1.35%.

ان معالجة صانعة المحتوى "كارولين" للمواضيع المتعلقة بما يعرف بالروتين اليومي لها كانت بشكل كبير مقارنة بالمواضيع الأكثر أهمية وهذا ان دل على ان محتوى ما تقدمه بدون معنى وتافه لا يحمل أي قيمة فكرية يمكن الاستفادة منها وان موضوعات المتمثلة في الروتين اليومي والتجميل هي موجهة بصفة خاصة الى فئة الاناث كونهم الاكثر إقبالا على مثل هذه المواضيع بغرض النظر عن قيمتها العملية وما تحتويه من قيم.

2-فئة الأهداف:

جدول رقم12 يوضح أهداف الموجودة على الصفحة صانعة المحتوى "كارولين"

المرتبة	النسبة	التكرار	الأهداف
الثالثة	17%	23	تحريض
الثانية	21%	28	إغراء
الاولى	30%	39	اشهار وترويج
الرابعة	13%	18	الرد على التعليقات
السادسة	06%	09	التخويف
الخامسة	09%	12	التسلية والترفيه
	100%	129	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم12 ان فئة الأهداف التي تريد صانعة المحتوى "كارولين" الوصول اليها من خلال صفحتها، وصنفناها الى مجموعة من الأهداف الموضحة أعلاه في الجدول، حيث لوحظ ان الاشهار والترويج هو الهدف التي تسعى اليه لتحقيقه، جاء بتكرار 39 مرة وقدر بنسبة 30% من خلال الاشهار بمنتوجات وألبسة أجنبية وهذا الهدف يمنح الشباب الجزائري فكرة راسخة حول ما تقدم هو بالتالي تبقي إصدارات المنتج امام عتبة يوميا عبر ما تنشره من منشورات و فيديوهات حول المنتجات وبطريقة غير مباشرة تحقق أرباح من خلال ارتفاع نسبة المشاهدة على هذه المقاطع، ووجدنا فئة إغراء جاء بتكرار 28 مرة وبنسبة قدرت ب: 21% لوحظت كثيرا على صفحتها واستخدمت في الاغراء الجسد بطريقة منافية للعادات المجتمع

الجزائري وعلى ما تربي عليه من قيم خلقية من حياء والحشمة فنجد صانعة المحتوى "كارولين" تستخدم جسدها للإغراء و بطريقة غير مباشرة زيادة نسبة المشاهدة فقط، واحتلت فئة التحريض المرتبة الثالثة بعد الاغراء والاشهار بتكرار 23 مرة وبنسبة 17% و تمثل التحريض على الطلاق وعلى العلاقات الزوجية التي ارتقى بها ديننا الإسلامي ونشر مفهوم عدم الإنجاب ظهر في إحدى بث مباشر لها بالعبارة "كون ما جبت حنة وقعدت مع يوريد" وغرس ثقافة أجنبية لا تمثل قيم المجتمع الجزائري ، واحتلت فئة الرد على التعليقات بتكرار 18 مرة وبنسبة 13% كذلك هو الآخر التمسناه كثيرا خاصة في البث المباشر، اما فئة التسلية والترفيه تكررت 12 مرة وبنسبة 9% كان معظمهم عبارة عن رقص بالنسبة لها لا غير وأخيرا احتلت فئة التخويف بتكرار 9 مرات وبنسبة قليلة قدرت ب: 6% وما هو ملاحظ ان ما يدور حول التخويف حول الانجاب أي تعدد الأطفال والتخويف من فكرة الزواج ومن الغربية.

ومنه فإن صانعة المحتوى "كارولين" قد حصصت الوقت كله على صفحاتها خلال ثلاث الأشهر محل الدراسة حول الاشهار والاغراء والتحريض وتجدر الإشارة انها تستخدم الاشهار والاغراء معا للاستمالة على الشباب الجزائري خاصة فئة الإناث.

3-فئة العادات:

جدول رقم 13 يوضح تفريغ فئة العادات على الصفحة محل لدراسة

المرتبة	النسبة	التكرار	العادات
الثانية	15.15%	05	عربية جزائرية
الأولى	84.84%	28	اجنبية دخيلة
	100%	95	المجموع

تبين من خلال الجدول رقم 13 الذي يوضح فئة العادات الموجودة في الصفحة المدروسة، أن أكثر العادات التي تظهر هي العادات الأجنبية الدخيلة على المجتمع الجزائري بتكرار 28 مرة وبنسبة قدرت ب: 84.84% والتي تظهر من خلال إظهار العلاقة الزوجية وانتهاك الخصوصية وحتى عادات الأكل والشرب ليست من ضمن العادات المجتمع الجزائري، وارتداء الملابس الفاضحة فصانعة المحتوى "كارولين" ترتدي الملابس الضيقة الممزقة مع تقصير الشعر والتبرج، والغناء والرقص علنا، أما العادات العربية الجزائرية قدرت بتكرار 05 مرة وبنسبة 15.15% برز فقط في ارتداء الملابس التقليدية أيام المناسبات وبعض الاكلات التي تنسب الى الجزائر من بينها "الكسكس".

4- فئة القيم المجتمعية:

جدول رقم 14 يوضح تفرغ فئة القيم الموجودة على صفحة صناعة المحتوى "كارولين"

فئة القيم	التكرار	النسبة	المرتبة
كسر الروابط والعلاقات	04	04%	الثامنة
ترويج للرقص والتمايل	10	8%	الرابعة
عدم تقبل النقد	07	6%	الخامسة
السب والشتم	04	4%	الثامنة
ترويج للعري	21	17%	الثالثة
كسر حاجز الحياء	33	27%	الاولى
سخرية والاستهزاء	05	4%	السابعة
تشويه صورة الجسد	07	6%	السادسة
انتهاك الخصوصية (اسرار زوجية)	25	21%	الثانية
الانتماء	00	00%	غير موجودة
العادات والتقاليد	00	00%	غير موجودة
المواطنة	00	00%	غير موجودة
الغرور	00	00%	غير موجودة
الرياء	03	3%	التاسعة
التسامح	00	00%	غير موجودة
المجموع	119	100%	

تبين من خلال الجدول رقم 14 فئة تفرغ القيم المجتمعية الموجودة على صفحة المدروسة، ووجدنا ان قيمة كسر حاجز الحياء قدرت بأعلى نسبة اذ تحصلت على تكرار 33 مرة وبنسبة 27%، تليها قيمة انتهاك الخصوصية بتكرار 25 مرة وبنسبة قدرت ب: 21%، تليها قيمة الترويج للعري بتكرار 21 مرة وبنسبة 17%، لتأتي بعد ذلك قيمة الترويج للرقص والتمايل بتكرار 10 مرات وبنسبة 08%، وجاءت قيمة عدم تقبل النقد وتشويه صورة الجسد بنسب متساوية قدرت بتكرار 07 مرات وبنسبة بلغت 06% تليها قيمة السخرية والاستهزاء بتكرار 05 مرات وبنسبة 04% تليهم كل من السب والشتم وكسر الروابط والعلاقات بنسبة متساوية قدرت بتكرار 04 مرات وبنسبة 04% تليها مباشرة الرياء بتكرار 03 مرات وبنسبة 03%.

ومثل هذه القيم المجتمعية التي وجدت على الصفحة محل الدراسة قيم هادمة للقيم التي نادى بها الكتاب والسنة وتسمح بانقلاب الأخلاقي من خلال محاكاة مثل هذه القيم المجتمعية والسلوكيات السلبية والتي تتنافى مع الاحترام المتبادل والنقد الإيجابي وليس النقد الهدام لان النقد السلبي والمذلل بطريقة مسيئة كما وجد في الصفحة المدروسة يؤثر في الشباب الجزائري.

5- فئة مصادر المعلومات:

جدول 15 يوضح تفريغ فئة مصادر المعلومات في فيديوهات صانعة المحتوى "كارولين"

المرتبة	النسبة	التكرار	مصادر المعلومات
الثانية	21.73%	10	الشبكات الاجتماعية
الثالثة	17.39%	08	مصادر شخصية
الاولى	60.86%	28	بدون مصدر
	100%	46	المجموع

يوضح الجدول رقم 15 مصادر المعلومات التي تأخذ صانعة المحتوى "كارولين" المعلومات منها لتقدم المواضيع التي تنشرها، حيث يبين عدم اعتماد على المصادر قدر بأعلى نسبة بتكرار 28 مرة وبنسبة 60.86% ثم تأتي بعدها الشبكات الاجتماعية بتكرار 10 مرات وبنسبة قدرت 21.73% وتليهم المصادر الشخصية بتكرار 08 مرات وبنسبة 17.39%.

ان صانعة المحتوى "كارولين" في اغلب مضامينها والأفكار التي تنشرها لا تعير اهتمام لذكر المصادر مما يقلل من مصداقية ورسمية ما تنشره.

6- فئة الجمهور المستهدف:

جدول رقم 16 يوضح تفريغ فئة الجمهور المستهدف في فيديوهات صانعة المحتوى "كارولين"

المرتبة	النسبة	التكرار	الجمهور المستهدف
الاولى	100%	30%	الاناث
الثانية	0%	0%	الذكور
	100%	30%	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 الذي يمثل توزيع الجمهور المستهدف من قبل صانعة المحتوى "كارولين" ان على نسبة سجلت للإناث بتكرار 30 مرة وبنسبة بلغت 100% بينما لم تحتل فئة الذكور نسبة وكانت بنسبة 00%.

وهذا يبين ان الجمهور المستهدف من قبل صانعة المحتوى "كارولين" هي الاناث وما يدل عليه اغلب المواضيع التي تقدمها خاصة بالإناث فقط من تحميل وغيرها فكان الجمهور المستهدف بكثرة على فيديوهات التي تنشرها خاصة انها تخاطب الاناث في كل الفيديوهات بالمصطلحات "أهلا لبنات" "مدام" وبالتالي هذه الفئة هي الأكثر انفتاحا على الصفحة المدروسة ويجعلهم أكثر عرضة لاكتساب قيم جديدة يمكن ان تكون منافية لقيمنا الاصيلية ان تم التأثير بمضامين الفيديوهات محل الدراسة من الترويج للعري واستعراض للجسد والاغراء ولباس غير محتشم.

7- فئة الاساليب العقلية والعاطفية:

جدول رقم 17 يوضح تفريغ فئة الاساليب الاقناعية التي تستخدمها صانعة المحتوى "كارولين"

المرتبة	النسبة	التكرار	الاساليب الاقناعية
	00%	00	الاساليب العقلية
الاولى	100%	30	الاساليب العاطفية
	100%	30	المجموع

يتبين من خلال جدول رقم 17 تفريغ فئة الاستمالات العاطفية والعقلية التي تستخدمها صانعة المحتوى "كارولين" على صفحتها، حيث بلغت اعلى نسبة لفئة الاستمالات العاطفية بتكرار 30 مرة وبنسبة 100% بلغت تليها فئة الاستمالات العقلية بتكرار 00 وبنسبة 00%.

يظهر من النتائج ان صانعة المحتوى "كارولين" تستخدم الاساليب الاقناعية العاطفية بكثرة من اجل لفت الانتباه وجذب اهتمام المتابعين، حيث انها استخدمت الكثير من الحكم والامثال، كما يلاحظ استخدام اسلوب التخويف عن طريق طرح صانعة المحتوى "كارولين" لمعلومات عن الغربة والأسرار الزوجية خاصة فيما يخص الانجاب ما يجعل المتابعين في خوف ورهبة ويلاحظ كذلك انها استعانت بالترغيب في طرح مواضيعها من خلال تحبيبهم وتقريبهم لتبني سلوكيات جديدة واستخدمت أسلوب الندم كون ان الجمهور المستهدف هم الاناث وهذا ما يفسر استخدام صانعة المحتوى "الاساليب العاطفية كون المرأة تتأثر بسرعة وتحكمها العاطفة.

ثالثا: مناقشة ومعالجة الفرضيات:

مناقشة الفرضية الأولى: التي مفادها التي مفادها تعتمد المدعوة "كارولين" على الأساليب الفنية متعددة في فيديوهات التي تنشرها على موقع فيسبوك تتمثل في أسلوب التصوير وتستخدم اللغة العامية في ذلك.

وجدنا ان صناعة المحتوى "كارولين" تعتمد على أساليب فنية مختلفة ومتعددة في الفيديوهات التي تنشرها، أبرزها أسلوب التصوير الذي اعتمدت فيه على استخدام اللقطة المقربة للصدر والخصر في مجمل الفيديوهات محل الدراسة، ومن بين الأساليب التي تم استخدامها الاعتماد على أنماط متعددة من إيماءات والحركات والصور وفتيات أخرى كما ذكرنا مسبقا وتعد هذه الأساليب تمهيدا يبين نوع الفيديوهات التي يتم عرضها خاصة من خلال نوع التصوير الذي يعتمد بشكل كبير على استعراض الجسد.

اعتمدت صناعة المحتوى "كارولين" في الفيديوهات التي تنشرها على اللغة العامية كونها لغة الجمهور المستهدف وبرزت اللغة الإنجليزية والسويدية في التعامل مع الأبناء والزوج فقط، وبناء على فروض النظرية النقدية للوسائل الاعلام فقد أرسى "أدرنو" على انحطاط اللغة وابتدال التواصل في خضم الحداثة الأدائية والحداثة والذي برز في اعتماد على اللغة العامية بدل من اللغة العربية وأساليب الفنية التي تعبر عن حالة من الانحطاط.

مناقشة الفرضية الثانية: التي مفادها تقدم المدعوة "كارولين" مواضيع سطحية غير هادفة في كل الفيديوهات التي تنشرها.

ان المضامين التي تقدمها صناعة المحتوى "كارولين" من خلال الفيديوهات محل الدراسة على موقع فيسبوك كانت سطحية غير هادفة، ولا تعبر عن القيم الحقيقية للمجتمع الجزائري الذي تعيش فيه حيث وجدنا انها تقدم مواضيع تافهة المتمثلة في الروتين اليومي والتجميل ووجدنا ان المشاهدة التي تقدمها عبارة عن استعراض للجسد، والرقص وهذا ما يوضح التقليد الاعمى للغرب وتغلغل الثقافة الغربية وثقافة مصطنعة وهذا ما ينطبق مع النظرية النقدية التي توصلت الى التشكيك في تقديم الثقافة من خلال وسائل الاعلام ونقد لثقافة الجماهير المبتذلة والموظفة التي تحتزل الثقافة الى السلعة معيارية، وما تقدمه وسائل اعلام عبارة عن اعمال وضيعة حيث تكون السلعة هي الأساس والثقافة يمكن تسويقها أيضا لتحقيق الربح وهو ما يبرز في الهدف الاسمي التي تسعى اليه صناعة المحتوى "كارولين" في الاشهار والترويج وتحقيق أرباح مالية على غرار ما مت تقدمه من

ثقافة سطحية، بحيث فقدت الجماهير هويتها وقلت حاجاتهم الى التغيير واستدرجوا الى ثقافة استهلاكية وانغمسوا في ملذات المتعة والتسلية الزائفة.

مناقشة الفرضية الثالثة: تعكس المدعوة "كارولين" قيم مجتمعية منافية من خلال الممارسات التي تقوم بها في فيديوهات على موقع فيسبوك.

قدمت صانعة المحتوى "كارولين" من خلال الممارسات التي تقوم بها في الفيديوهات محل الدراسة، منافية تماما للقيم المجتمعية التي تتماشى مع ضوابط وقواعد المجتمع الجزائري، وبرز ذلك في القيم الأخلاقية المنافية والهادمة لتعاليم الشريعة من كسر حاجز الحياء، الرقص والتمايل، انتهاك الخصوصية، السخرية والاستهزاء، تشويه صورة الجسد، الكلام الفاحش، وصولا الى كسر الروابط والعلاقات كما ظهرت في مجمل الفيديوهات الدراسية بملابس غريبة وغير لائقة وتسريحات شعر غريبة كما شارك صانعة المحتوى "كارولين" في الفيديوهات الخاصة بها الزوج والابناء وهو ما جعلنا نقف على حجم تنامي الظاهرة والتغير الكبير الذي حصل للقيم المجتمعية الجزائرية في صورة منافية لقيم الحرمه والحياء، والحشمة، وغيرها وهذا ما يتضح أكثر من خلال أماكن التصوير التي معظمها في المنزل العائلي وصولا الى غرف النوم وهذا يعد خرقا واضحا لقيمة الخصوصية وكسر حاجز الحياء، وهذا ما يتطابق مع النظرية النقدية التي توصلت الى ان من نتاج التحول العلمي في العقل الأداتي ان موضع الانسان داخل أنظمة القهرية بدء من أجهزة الإنتاج والأجهزة الأيديولوجية وصولا الى جوهر القيم التي حلت محلها قيم الاغتراب والتشويؤ أدت الى المزيد من اشكال الهيمنة.

رابعا: نتائج العامة للدراسة:

عند الانتهاء من تفريغ البيانات المتعلقة بعينة فيديوهات صانعة المحتوى "كارولين" وتحليلها وتفسيرها خلصنا لرصد النتائج العامة التالية:

1- تعتمد صانعة المحتوى على اللغة العامية في الفيديوهات التي تنشرها التي اخذت نسبة 50.84%، ويرجع ذلك الى انها تخاطب الشباب الجزائري بكل اطيافه بالدرجة الأولى، لتسهيل وتبسيط الرسائل التي تريد ايصالها، ولأن الجمهور الجزائري يتحدث في العموم العامية.

2- بينت الدراسة ان صانعة المحتوى "كارولين" تستخدم اللباس الفاضح جدا في جل الفيديوهات التي تنشرها والذي ظهر بنسبة 56.41% وهو لباس يتنافى مع الدين الإسلامي ومع تعاليم التي نشأ عليها الشباب الجزائري في حين ان اللبس المحتشم يظهر كثيرا اقل.

3-حصلت الدراسة الى ان اللقطات المستخدمة من طرف صانعة المحتوى "كارولين" كانت لقطات قريبة للصدر بنسبة %54.54 ومثل هذه اللقطات يتم استخدامها في ابراز الجسد وبما ان هدف هو الاغراء فهي تستخدم هذا النوع من اللقطات للتقريب الجسد من الجمهور المستهدف والحصول على مشاهدات عالية.

4-بينت الدراسة ان اشكال تفاعل المتابعين مع فيديوهات على الصفحة محل الدراسة كانت بنفس النسبة بحيث ظهر الاعجاب والتعليق والمشاركة والحفظ بنسبة %25 في حين لم يظهر التعليق على التعليق وهذا ما يفسر الاقبال على مثل هذه المضامين والتفاعل معها، ويتراوح عدد الاعجاب ما بين 9.965 الى 13461 ألف اعجاب، ما التعليق فيتراوح ما بين 7507 الى 12.540 ألف تعليق موجود على الفيديوهات، والمشاركة والحفظ ما بين 42 و158 مرة وما هو ملاحظ ان نسبة المشاهدة على الفيديوهات وصلت الى 287.333، 217.197، 412.103 مشاهد لما تنشره وهي نسبة عالية.

5-ابرزت الدراسة الى ان صانعة المحتوى "كارولين" تعتمد على التصوير الداخلي في الفيديوهات التي تنشرها وهذا ما يفسر انها لا تعمل وتقضي اوقاتها على تصوير الفيديوهات ومنه التأثير على قيمة العمل الجاد لدى الشباب الجزائري.

6-تنوعصانعة المحتوى "كارولين" على الأساليب الفنية في الإخراج الفني للفيديوهات التي تنشرها، وتركز على استخدام الایماءات والحركات والتي ظهرت بنسبة متكررة %45 والتي تستخدمها في الاغراء وإظهار مفاتن الجسد وجذب انتباه المتلقي، بينما سجلنا نسبة ضئيلة للصور والمؤثرات الصوتية والفنيات أخرى.

7-تعتمد صانعة المحتوى "كارولين" على تسريجات الشعر غريبة التي ظهرت بنسبة %63 التي تعكس ثقافة غريبة والتقليد للتسريجات الرجال والذي يعتبر لا أخلاقيا.

8-الشخصيات التي ظهرت مع صانعة المحتوى "كارولين" في الفيديوهات التي تنشرها الأبناء والتي ظهرت بنسبة %66.67 والذي عد هذا الترويج للحياة اليومية وبدوره التأثير على أبنائها فيما تقوم به اثناء التصوير من عري وسب وشتم بينما ظهر الزوج بنسبة قليلة.

9-أبرزت النتائج ان المواضيع المطروحة التي تقدمها صانعة المحتوى "كارولين" هي مواضيع الروتين اليومي الذي ظهر بنسبة متكررة %27.02 إضافة الى التجميل، وهو من المواضيع التي ليس له قيمة علمية وبدل على تركيز صانعة المحتوى "كارولين" على المواضيع التافهة ومحاوله نقله الى الشباب الجزائري، وهو ما يظهر مدى نقص المعرفة لدى صاحبة الصفحة في اهتمامها بالمواضيع سطحية يمكن للجميع التكلم فيها.

10- ان الهدف الرئيسي التي ركزت عليه صناعة المحتوى "كارولين" الاشهار والترويج بنسبة متكررة 30% تليها الاعراء فهي تهدف الى اغراء في ابراز الجسد للحصول على مشاهدات عالية والاشهار بالمنتجات والسلع التجميلية موجه لفئات الاناث بشكل خاص وتحريض الشباب الجزائري على عدم الانجاب ودعوتهم للتغيير والعزوف وتخويف من فكرة الزواج ونشر ثقافة اجنبية دخيلة على الشباب الجزائري ونشر صورة ذهنية حول الغربية، كذلك نلاحظ من الأهداف الواضحة التسلية والترفيه (الرقص) والرد على التعليقات اثناء البث المباشر.

11- خلصت الدراسة التحليلية لفئة العادات التي ظهرت على فيديوهات محل الدراسة هي عادات اجنبية برزت كثيرا بنسبة متكررة 84.84% في نوع الاكل وطريقة الاكل وطريقة اللباس وحتى من ناحية بيت وطريقة الكلام وطريقة التصوير (تصوير الحياة اليومية حتى الحياة الزوجية) هي عادات تتنافى مع الشباب الجزائري.

12- غلبت قيم مجتمعية منافية للمجتمع الجزائري على فيديوهات صناعة المحتوى "كارولين" المجتمعية وتوصلنا الى وجود قيم لأخلاقية هادمة تمثلت في قيمة كسر حاجز الحياء وانتهاك الخصوصية والترويج للعري والرقص والغناء، نجدها في شكل اللباس المدعوة "كارولين" ونقل الحياة الزوجية والسب والشتم ذلك وجد في الرد على التعليقات وهو ما تدل عليه العبارة مثلا "عشاء رومانسي انا وزوجي" "شوفو وش حضرت للزوجي" وتجدد الإشارة كذلك الى ان تركيز المدعوة "كارولين" انها تتحدث بالجسد وليس بالمنطق، إضافة الى وجود قيم جمالية هادمة تمثلت في التحريض على القيام بالعمليات التجميل كما ذكرنا مسبقا وهذا يتنافى مع الشريعة الإسلامية في تحريم تغيير خلق الله عز وجل وبرزت كذلك القيم الاقتصادية الهادمة في التأثير على قيمة العمل الجاد فهذا يؤثر الشباب الجزائري في رؤية مثل هؤلاء التافهين يحققون أرباح مالية دون القيام بأي عمل فقط القيام بالبث مباشر والتكلم والغوص في السطحية وهنا تتبادر في ذهنه لماذا يعمل؟ ولم تتضمن مقاطع الفيديوهات المدعوة "كارولين" قيمة وطنية باعتبارها تعيش في الغربية فنلاحظ العكس حيث تقوم بتمييز بين المجتمع السويدي والمجتمع الجزائري في العادات والتقاليد بسخرية إضافة الى قيمة الانتماء وحب الوطن لم تكن في فيديوهات تحت الدراسة ولم تعبر عن اشتياقها مثلا للجزائر. كما تضمنت كذلك الصفحة قيمة إعلامية هادمة وهي القيام بإشهار لمنتجات والسلع بطريقة غير مباشر وأحيانا مباشرة اثناء البث المباشر فمعروف ان الاشهار يقوم على شخص متخصص وأساليب وخبرات كما ذكرنا مسبقا فهذا بدور تؤثر على القيم الإعلامية ووردت كذلك قيمة اجتماعية تمثلت في كسر العلاقات والروابط الاجتماعية.

13- بينت الدراسة التحليلية ان صناعة المحتوى "كارولين" لا تعتمد على المصادر في صناعة المحتوى على الفيديوها التي تنشرها والتي ظهرت بنسبة متكررة %60.86 وهو ما يعبر عن عمد مصداقية ورسمية ما تبثه ولا تعتمد على المصادر الشخصية بينما تعتمد على الشبكات الاجتماعية بنسبة اخذت %21.73.

14- تستهدف صناعة المحتوى "كارولين" فئة الإناث في فيديوهات التي تنشرها على موقع فيسبوك والتي ظهرت بنسبة %100 وذلك لإقبالهم على مواضيع التجميل والطبخ ويعتبر الأكثر عرضة للقيم التي تحملها فيديوهات محل الدراسة.

15- تعتمد صناعة المحتوى "كارولين" على الاساليب الاقناعية العاطفية والتي ظهرت بنسبة متكررة %100 وهذا راجع الى ان الجمهور المستهدف الاناث التي تتأثر بسرعة وتحكمها العاطفة عكس فئة الذكور.

خاتمة

خاتمة:

جاء الاعلام الرقمي لتحقيق ما يعرف بالإعلام التفاعلية اليوم، واصبح بإمكان أي تافه ان يروج للأمر تافهة بغض النظر عما يقدمه، أن يجني أرباحا بمجرد زيادة نسبة المشاهدات على أي تطبيق متفوقا على أي محتوى هادف، وازاحت الشبكات الاجتماعية كأداة لإنتاج التفاعلية من خلال ما تحتويه من كم هائل لمضامين تعكس ثقافة التفاعلية، ووجد التافهين فرصة لظهور على المنصات الاجتماعية تضعف الرقابة والالتزام والحيادية والوعي، كون ان هذا الاعلام يمكن القول انه بدأ مع حملة قادتها مجموعة رسمية على المنصات الاجتماعية وفي الشوارع عبارة عن لوحات مكتوب فيها "توقفوا عن جعل الحمقى مشاهير" تعبيرا لانتشار التفاعلية بشكل كبير، فهذا الاعلام يسعى الى نشر أفكار ومعلومات لا تتماشى مع المنظومة العلمية والثقافية ورسالته مفادها تعظيم التفاعلية على كل شيء والتسابق على توافه الأمور والتجاهل بذلك العلماء والمفكرين.

ساهمت الشبكات الاجتماعية في تكوين مجتمعات تافهة تتفاعل فيما بينها بما لا فائدة مرجوة منه، ويبرز ذلك من خلال نجاح التافهين واستحوادهم على عقول الجماهير، وهذا ما جعلهم يظهرون بمظهر النجاح، فهم بذلك وسطاء لنشر التفاعلية وجعل الجمهور بعيدا عن النقد منغمس في السطحية والتركيز على الصورة أكثر من المعنى، فعلى رصيف أرداف الراقصات يحققن ملايين المشاهدات وعندما تصبح مستقطبات الشباب عبارة عن مشاهدات كلامية حول المشاهير وعلى اجمل قميص في زمن لم تعد فيه المعرفة هدفا، فذلك لا يعني سوى ان اعلام التفاعلية سيطر على الجماهير الذي أصبح متعطش للتفاعلية.

تعتبر القيم المجتمعية ذات دلالات معرفية تحاكي واقعية الممارسة الثقافية والسلوكية للفرد وانتماءه الاجتماعي، ولقد تعددت الرؤى في بلورة الصورة القيمية لدى الشباب الجزائري الى الواقع الافتراضي في ظل التغيرات الكمية والنوعية في جميع مجالات الحياة، لاسيما في ظل انتشار اعلام التفاعلية حيث نجده وعلى مقدمته الشبكات الاجتماعية يحمل في طياته ثقافة التفاعلية التي تقوم بتفريغ الشباب من محتواه الذاتي، من خلال بث ونشر المحتوى التافه وبذلك ساهم في الانحلال القيمي الذي تعيشه الجزائر اليومية.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر:

1- القرآن الكريم، رواية ورش نافع سورة التوبة آية 36، سورة يوسف آية 43، سورة الروم آية 43.

المعاجم:

1. إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، دار الدعوة، ج1، د ط، دس.
2. ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، القاهرة، دث، ج5، 3873.
3. احمد مختار عبد الحمد عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، القاهرة، ج2، ط1، 2008.
4. عبد الرحمن عبد المنعم محمود، معجم المصطلحات والالفاظ الفقهية، دار الفضيلة، القاهرة، ج1، د ط، 2007.
5. محمد رواس قلعة جي، حامد صادق قنبي، معجم لغة الفقهاء، دار النفائس، بيروت، د ط، 1985.

المراجع:

1. إبراهيم رمضان الديب، أسس ومهارات بناء القيم التربوية وتطبيقاتها في العملية التربوية، مؤسسة ام القرى، القاهرة، د ط، 2008.
2. أحمد أنور، الآثار الاجتماعية للعملة الاقتصادية، مكتبة الأسرة، القاهرة، (د ط)، 2004، ص27.
3. احمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2010.
4. أحمد علي لقم، الشباب بين القيمة الأخلاقية وعالم المتغيرات، جامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز، السعودية، د ط، دس.
5. إدغار موران، تر: يوسف تيس، المنهج، معرفة المعرفة/الأفكار، دار البيضاء، افريقيا الشرق، ج3-4، 2013.
6. اسماعيل ابراهيم، الشباب بين التطرف والانحراف، الدار العربية للكتاب، القاهرة، ط1، 1998..
7. آلان توران، تر: عبد السلام الطويل، نقد الحداثة، الدار البيضاء، الرباط، (د ط)، 2010.
8. ألان دونو، تر: مشاعل عبد العزيز الهاجري، نظام التفاهة، دار سؤال للنشر، بيروت، د ط، 2020.
9. أندرو إدجار، بيتر سيد جويك، تر: هناء الجوهري، موسوعة النظرية الثقافية المفاهيم والمصطلحات الأساسية، المركز القومي للترجمة، القاهرة، د ط، 2009.

قائمة المصادر والمراجع

10. بيتزال بيرغر، صامويل بي، عولمات كثيرة التنوع الثقافي في العالم المعاصر، مكتبة العبيكان، الرياض، د ط، 2002.
11. جون سكوت، تر: محمد عثمان، علم الاجتماع- المفاهيم الأساسية-، الشبكة العربية للأبحاث، بيروت، ط1، 2009.
12. جونز ف، تر: محمد ياسر الخواجة، النظريات الاجتماعية والممارسات البحثية، مصر العربية للنشر، القاهرة، د ط، 2010.
13. الحمداني، التعليم الإعلامي ومحو الامية الرقمية، دار وايل للنشر، عمان، ط1، 2015.
14. ربحي مصطفى عليان، مناهج وأساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيق) ، دار صفاء، عمان، ط1، 2000.
15. رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي -اساسياته النظرية وممارساته العلمية-، دار الفكر المعاصرة، دمشق، ط1، 2000.
16. رشدي أحمد طعميه، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية (مفهومه - اسسه - استخداماته)، دار الفكر العربي، القاهرة، د ط، 2004.
17. رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى، الجزائر، ط1، 2007.
18. سامية الساعاتي، العربي التغير الاجتماعي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، د ط، 2003.
19. سعد البازغي، ميجاناروبلي، دليل الناقد الأدبي، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط2، 2000.
20. سلوى سيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم، الانثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د ط، 2010.
21. عبد الجبار دولة، أبعاد غائبة (التربية الإعلامية في المجتمع العربي المعاصر، مفهوما، مجالاتها، نتائجها، مركز الناقد الثقافي، دمشق، د ط، 2009.
22. عبد الحميد م، نظريات الاعلام وتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، د ط، 2004.
23. عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية، القاهرة، د ط، 1963.
24. عبد الرحمن عبد الله م، النظرية في علم الاجتماع: النظرية الكلاسيكية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د ط، 2006.
25. عبد الرزاق منصور حسن، بناء الانسان، أمواج للنشر، عمان، ط2، 2013.

26. عرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، د ط، 2006.
27. العساف صالح بن حمد، المدخل الى البحث في العلوم السلوكية، دار الزهراء، الرياض، ب ط، 2010.
28. علي عبود المحمداوي، صناعة العقل الغربي من مركزية الحدائة الى التشفير المزدوج، دار الأمان، رباط، ج1، ط1، 2013.
29. فريدة بن عمروش، الاتجاهات النقدية في الاتصال مطبوعة مقدمة لسنة ثانية ماستر، تخصص الصحافة والمطبوعة الالكترونية، جامعة الجزائر، 2019/2018.
30. فضيل دليو، الاتصال، مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر، القاهرة، د ط، 2003.
31. كابان ف، تر: الياس حسن، علم الاجتماع: من النظريات الكبرى الى الشؤون اليومية أعلام وتواريخ وتيارات، دار الفرقد، سوريا، ب ط، 2010.
32. كريب إيان، تر: محمد حسين غلوم، النظرية الاجتماعية من بارسونز الى هامبرماس، عالم المعرفة، الكويت، 1999.
33. كمال بومنير، جدل العقلانية في النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت، الدار العربية للعلوم الناشرون، الجزائر، ط1، 2010.
34. لعياضي ن، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع: آراء ورؤى (مجموعة دراسات مترجمة)، دار القصبه، الجزائر، د ط، 1999.
35. ماجد الجلاد، تعلم القيم وتعليمها، دار المسيرة، عمان، ط2، 2007، ص ص 39-44.
36. ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق، عمان، ط1، 2006.
37. ماسيمو إل، عن عدم أهمية فقدان المعنى في عصر ما بعد المادة، روتليدج، نيويورك، د ط، 2020.
38. ماكس هوركهايمر، تر: جورج كتورة، جدل التنوير، دار الكتاب الجديدة المتحدة، بيروت، ط1، 2006.
39. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الصحافة، القاهرة، ط1، 1996.
40. محمد ميزان، القيم والاتجاهات في علم الاعلام والاتصال، دار لالة سكينه، الجزائر، ط1، 2003.
41. محمد منير سعد الدين، قراءة في الاعلام المعاصر والإسلامي، دار بيروت، بيروت، ط2، 1998.
42. مكايوي، السيد ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، د ط، 2001.
43. نور الدين علوش، المدرسة الألمانية النقدية - نماذج مختارة من الجيل الأول الى الجيل الثالث - (تيودور أدورنو - يورغنهامبرماس - أكسل هونيت)، دار الفارابي، بيروت، ط1.

44. نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، د ط، 1999.

45. ياسر بكر، مجتمع الفرجة .. وصناعة الانسان ذو البعد الواحد، E.Book، القاهرة، د ط، 2021.

46. يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، دار النشر طاكسيج كوم للدراسات والتوزيع، الجزائر، ط1، 2007.

المذكرات والرسائل:

1. إبراهيم مختاري، عبد الحق مجادي، دور اليوتيوب في نشر الوعي السياسي لدى الرأي العام الجزائري - دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات أنستينا -، قدمت هذه الرسالة استكمال المتطلبات الحصول على درجة الماجستير، شعبة علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال والعلاقات العامة، 2020/2021.

2. أسماء بن ناصر ، ريان عايد، تأثير تطبيق تيك توك عل سلوك المراهقين دراسة ميدانية بثانوية هواري بومدين بلدية بومهرة احمد ولاية قالمة ، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص علم اجتماع اتصال، 2022/2021.

3. اميرة قريبي، رباب توامرية، الممارسات الإعلامية الجديدة للشركات التقنية -دراسة تحليلية لصفحة مشروع فيسبوك للصحافة، قدمت هذه الدراسة استكمال المتطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص تكنولوجيا المعلومات، جامعة قالمة، 2017/2018.

4. بوعطيط سفيان، القيم الشخصية في ظل التغيير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، قدمت هذه الرسالة استكمال المتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه، علوم في علم النفس العمل والتنظيم، جامعة منتوري قسنطينة، 2011_2012.

5. حسن بن مهمي عبيد العياشي، التربية على القيم الأخلاقية في مدرسة المستقل -الأسس والمتطلبات- من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في أقسام أصول التربية والتربية الإسلامية بالجامعات السعودية، رسالة دكتوراه، جامعة أم القرى، السعودية، 2012-2013.

6. حميدة نواصرية، أثر اعلام الجديد على قيم الشباب دراسة ميدانية من منظور الحتمية القيمية في الاعلام على الشباب، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير، جامعة زيان عاشور الخليفة، 2018/2019.

7. زياد محمد اسعد غانم، المعجم الجامع (التاء والذال)، قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص اللغة العربية، جامعة النجاح الوطنية دراسات العليا، 2001.
8. صارة شهرة، يزيد قلاطي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية لدى الطالب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، جامعة ام البواقي، 2015/2014.
9. صفاء محمد المبيض، دور المرأة في المجال الإعلامي المعاصر في الفقه الإسلامي، قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص القانون، جامعة الإسلامية، 2009.
10. صفية بومعزة، مليكة بجاوي، حضور القيم الإسلامية في الكتاب المدرسي السنة الثانية ابتدائي دراسة تحليلية لكتاب اللغة العربية التربية الإسلامية والتربية المدنية الجيل الثاني، قدمت هذه الرسالة استكمالاً للحصول على درجة الماجستير، جامعة ابن باديس مستغانم، 2018/2017.
11. عايد كمال، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري -الشباب الجامعي تلمسان نموذجاً-، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه تخصص اتصال والعلاقات العامة، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017-2016.
12. فاطمة النعامي، خطاب التفاهة في فكر ألان دونو وانعكاساته السياسية، قدم من هذه الرسالة استكمالاً للحصول على درجة الماجستير تخصص فلسفة عامة، 2021/2020.
13. لينا جمال المصري، أثر استخدام لعب الأدوار في اكتساب القيم الاجتماعية المتضمنة في محتوى كتاب لغتنا الجميلة لطلبة الصف الرابع الأساسي، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في مناهج وأساليب التدريس، الجامعة الإسلامية، غزة، 2010.
14. ميثب بن محمد بن عبدالله البقمي، اسهام الاسرة في تنمية القيم الاجتماعية لدى الشباب، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير من كلية التربية، جامعة ام القرى، 2009.

المجلات والمقالات:

1. احلام عتيق مغلي السلمي، مفهوم القيم وأهميتها في العملية التربوية وتطبيقاتها السلوكية من المنظور الإسلامي، مجلة العلوم التربوية والنفسية، كلية التربية، جامعة جدة، المملكة العربية السعودية، المجلد(3)، العدد(2)، 2019.
2. أسماء رتيمي، لطيفة طبال، الدلالة السيسولوجيا للقيم، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة البليدة2، جامعة يحي فارس المدية، المجلد(08) ، العدد(02) ، 2015.
3. امل محمد نبيل بدر، الدور التربوي لوسائل الاعلام في بناء وترسيخ القيم المجتمعية، كلية العلوم التربوية _ جرش للبحوث والدراسات _ ، المجلد (15) العدد(1) ، 2013 .
4. بشار القهوجي، زمن الروبوتة، بوابة البحث، دب، 2017.
5. توفيق شابو، النزعة النقدية عند مدرسة فرانكفورت براديجمات: الإنسان -الثقافة- الفن، مجلة اللغة العربية وآدابها، جامعة البليدة2، المجلد(05) ، العدد(01) ، 2017.
6. جميلة قادم، اخلاقيات العمل الإعلامي في التشريع الجزائري - دراسة تحليلية ونقدية للقوانين الإعلامية-، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة الجزائر03، المجلد (06) ، العدد (02) ، ديسمبر 2021.
7. رزقي خليف، منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، معارف مجلة علمية دولية محكمة، العدد(23)، (ب م)، 2017.
8. عبد الكريم بوعبيسة، التربية الرقمية لمواجهة سطوة الثقافة التفاهة في المجتمع الشبكي، المجلة الدولية لاتصال الاجتماعي، الجزائر، المجلد (09)، العدد(04)، 2022.
9. عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم دراسة نفسية، عالم المعرفة، العدد (160)، (دم)، الكويت، دس. - شال عيفة، تداخل الرهانات بين التربية الإعلامية عادات مشاهدة الأعمال الدرامية التلفزيونية وتأثيرها على الهوية الثقافية، مجلة أطروحة الدراسات والبحوث البشرية، المجلد(01) ، العدد(02) ، 2017.
10. محمد البشير بن طية، تحليل المحتوى في بحوث الاتصال مقارنة في إشكاليات والصعوبات، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد (13)، المجلد (14)، 2015.

قائمة المصادر والمراجع

11. محمد زكرياء خراب، ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق " تيك توك ": رؤية نقدية، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، جامعة الجزائر، المجلد (02) ، العدد (02) ، 2019.
12. نجلاء الجمال، دور الاعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب – دراسة تطبيقية على الشباب المصري –، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، المجلد (5)، العدد (3) ، 2018.
13. نور الدين بوزار، صناعة الثقافة في الإيديولوجية الرأسمالية وأثرها في صناعة الوعي الجماهيري عند مدرسة فرانكفورت- تيودور أدورنو نموذجاً-، مجلة، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، المجلد(04)، العدد(12)، 2017.

المحاضرات:

1. محي الدين مختار، محاضرات في علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، دس.

الانترنت:

2. احمد وزاهي، مفهوم التفاهة عند ألان دونو، نشر بتاريخ 27 ماي 2020، تم الاطلاع يوم الأربعاء 30 مارس 2023 على الساعة 12:25، على الرابط. <https://couua.com>.
3. محمد نادر جودة، التغيير السياسي، نشر بتاريخ 2020/08/07، تم الاطلاع يوم 2023/05/15 على الساعة 11:20، على رابط. <http://political-encyclopedia.Org>.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم مكتبات

مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في تخصص اتصال والعلاقات العامة

موسومة بعنوان:

إعلام التفاهة وتأثيره على القيم المجتمعية لدى الشباب الجزائري

دراسة وصفية تحليلية لعينة من فيديوهات صانعة المحتوى "كارولين" على موقع

فيسبوك

تحت إشراف الأستاذ:

- د. قواسم بن عيسى

من إعداد الطالبتين:

- بن هني أسماء

- سعيداني كريمة

الموسم الجامعي:

2022/2023 م - 1443/1444 هـ

استمارة تحليل المضمون

البيانات الأولية:

-عنوان الفيديو

-تاريخ النشر

-المدة الزمنية

أ-فئات الشكل:

1-فئة اللغة المستخدمة:

-العامية الجزائرية

-العربية الفصحى

-الإنجليزية

-السويدية

2-فئة شكل اللباس:

-فاضح جدا -فاضح نوعا ما

-محتشم نوعا ما -أزياء تقليدية

3-فئة اللقطات المستخدمة:

-اللقطات المقربة للصدر -اللقطات المقربة للصدر

-اللقطات المتوسطة -اللقطات العامة

4-فئة تفاعل المتابعين

-إعجاب -تعليق

-مشاركة -حفظ

-التعليق على التعليق

5-فئة التصوير:

-التصوير الداخلي

-التصوير الخارجي

6-فئة الأساليب الفنية

-الايحاءات والحركات -الصور

-فنيات أخرى -المؤثرات صوتية

7-فئة تسريجات الشعر:

-غريبة

-عادية

-حجاب

8-فئة الشخصيات:

-الزوج -الأبناء -الوالدين

-الإخوة -الأصدقاء

ب-فئات المضمون:

1-فئة المواضيع:

-الزواج -السياسة -الفن والتمثيل

-الدين -روتين يومي -أخبار (شبكات اجتماعية)

-الطبخ -الغربة -التجميل

2-فئة الأهداف:

-تحريض -إغراء -اشهار وترويج

- الرد على التعليقات [] - التخويف [] - التسلية والترفيه []

3- فئة العادات:

- عربية جزائرية []

- أجنبية دخيلة []

4- فئة القيم المجتمعية:

- كسر الروابط والعلاقات [] - ترويج للرقص والتمايل [] - عدم تقبل النقد []

- السب والشتم [] - ترويج للعري [] - كسر حاجز الحياء []

- السخرية والاستهزاء [] - تشويه صورة الجسد [] - انتهاك الخصوصية []

- الانتماء [] - العادات والتقاليد [] - المواطنة [] - الغرور []

- الرياء [] - التسامح []

5- فئات مصادر المعلومات:

- الشبكات الاجتماعية [] - مصادر شخصية [] - بدون مصادر []

6- فئة الجمهور المستهدف:

- الاناث [] - الذكور []

7- فئة الاساليب الاتقاعية

- الاساليب العاطفية [] - الاساليب العقلية []

الملحق رقم 02:

دليل التعريفات الإجرائية:

أ- فئات الشكل:

1- فئة اللغة المستخدمة: ونقصد بها مصدر الكلمات المستعملة من أي لغة هو بمدى فهم الرسالة الإعلامية من جانب الجمهور المستهدف، وتضم اللغات التالية:

- اللغة العامية: وهي اللغة المتداولة والتي يتحدث بها جميع الشعب الجزائري، وتختلف باختلاف المناطق الجغرافية.

- اللغة العربية الفصحى: وهي اللغة الاصلية للقرآن الكريم.

- اللغة الإنجليزية: هي لغة العصر ولغة التكنولوجيا الحديثة والتي يميل الشباب لاستعمالها أحيانا.

- اللغة السويدية: وهي اللغة الرسمية لبلد السويد.

2- فئة شكل اللباس: نقصد به المظهر الخارجي للصانعة المحتوى "كارولين" في فيديوهات على صفحتها الرسمية والذي يعبر عن الخلق والادب وضم الفئات التالية:

- اللباس الفاضح: وهو اللباس الغير المحتشم والذي يبرز تفاصيل الجسد.

- اللباس الفاضح جدا: وهو الذي ينعدم فيه الاحتشام والذي يشابه اللباس الغربي والتي تظهر أكثر مما تخفي.

- اللباس المحتشم: هو نمط من الملابس والسلوك الذي يهدف الى تجنب الانجذاب الجنسي في الآخرين.

3- فئة اللقطات المستخدمة: وهي مشهد او منظر يظهر نتيجة القيام بالتصوير، ويبدأ تحديد المدة الزمنية او لحظة انطلاق اللقطة بدءا من اللحظة التي تدور فيها عدسة الكاميرا ونقصد بها تلك اللقطات التي ركزت صانعة المحتوى

"كارولين" على استخدامها وتضمنت الفئات التالية:

- اللقطة المقربة للصدر: تظهر الشخص ما فوق الابطين او الصدر، ويكون الشخص في المركز.

- اللقطة المقربة للخصر: تظهر الشخص من منتصف الفخذ، تظهر الذراعين الى الجانبين بالكامل.

- اللقطة المتوسطة: هي اللقطة بين القريبة والبعيدة وتصور شخص من أسفل الفخذ حتى اعلى رأسه.

- اللقطة العامة: تستعمل كلقطة تأسيسية في بداية التصوير، لتوضيح المكان الذي يتم التصوير فيه.

- الأزياء التقليدية: هي مجموعة من الألبسة التي توارثتها وحافظ عليها الجزائريون جيلا بعد جيل الذي يبصم ثروة التقاليد وميزة التنوع الحضاري.

4- فئة تفاعل المتابعين: نقصد به المقياس الذي يشمل مجموعة كبيرة من الإجراءات التي تتم على المنصة مثل التعليقات، والمشاركات لها أهمية في معرفة هل تحظى فيديوهات صانعة المحتوى "كارولين" على صدى حقيقي لدى الجمهور وتضم الفئات التالية: الإعجاب، التعليق، المشاركة، التعليق على التعليق، الحفظ.

5- فئة مكان التصوير: وهي المكان الذي تم التصوير فيه الفيديوهات وتضم:

- التصوير الداخلي: وهي البيئة الداخلية المتمثلة في المنزل.

- التصوير الخارجي: وهي البيئة الخارجية كالشوارع والمرافق.

6- فئة الأساليب الفنية: نقصد به أسلوب فني وتقني معبر، واستخدام المؤثرات السمعية والبصرية، وهي المكونات أو الطريقة الفنية والابداعية المستخدمة في صناعة المحتوى المعروض على الفيديوهات، وتم تقسيمها الى الفئات التالية:

- إيماءات وحركات: وهي عبارة عن حركات التعبيرية باستعمال أعضاء الجسم وتقاسيم الوجه.

- الصور: وهي لقطات ثابتة ملتقطة من الواقع أو مأخوذة من وسائل الاعلام او من شبكة الانترنت بكل مكوناتها.

- المؤثرات الصوتية: هي الأصوات المصطنعة بطريقة فنية والتي تضاف لتعزيز المحتوى.

- فنيات أخرى: وهي مكونات أخرى يستعملها صانع المحتوى في الإخراج الفني لمضامينه.

7- فئة تسريجات الشعر: نقصد بها التسريجات التي تتخذ اشكالا واشارات لا يفهمها الا حاملها، والاي تقدر مكانة الشكل وتضم الفئات التالية: التسريجات الغريبة، التسريجات العادية، الحجاب.

8- فئة الشخصيات: وهي كل الأطراف والشخصيات التي كان لها وجود وشاركت في الفيديوهات محل الدراسة على موقع فيسبوك، وضمت ما يلي: الزوج، الأبناء، الوالدين، الإخوة، الأصدقاء.

ب/فئة المضمون (كيف قيل):

1-فئة المواضيع: يدور حول موضوع المحتوى وأنواع الموضوعات التي يدور حولها مضمون فيديوهات محل الدراسة، ويمكن تقسيم هذه الفئة إلى موضوعات فرعية وهي كالاتي: الزواج، السياسة، الفن والتمثيل، الدين، روتين يومي، أخبار (الشبكات الاجتماعية)، الطبخ، الغربة، التحميل.

2-فئة الأهداف: ونقصد بها الأهداف التي تريد صانعة المحتوى "كارولين" الوصول إليها وتحقيقها، من خلال ما تقدمه من مضامين في الفيديوهات على صفحتها الخاصة على موقع فيسبوك، وتضم الفئات التالية: الاغراء، التحريض، الاشهار والترويج، اثاره النقاش

3-فئة العادات: وهي التي تمثل النشاط والتقاليد التي تحملها صانعة المحتوى "كارولين" في فيديوهات محل الدراسة، تستمد من فكر او عقيدة المجتمع وتضم ما يلي:

-العادات الغربية: وهي الموروث الثقافي الذي ينتقل من الغرب ويتبناه العرب.

-العادات الاصيلية الجزائرية: هي العادات التي تشكل جزء هام من الثقافة والهوية الجزائرية.

4-فئة القيم المجتمعية: وهي مجموعة المعتقدات والأعراف والتقاليد التي تسعى صانعة المحتوى "كارولين" لنشرها وترسيخها عند المتابعين والتي تؤثر في سلوكهم وأفكارهم تجاه موضوعات أو قضايا معينة وتضم القيم التالية: كسر الروابط والعلاقات، ترويج للرقص والتمايل، عدم تقبل النقد، السب والشتيم، ترويج للعري، كسر حاجز الحياء، السخرية والاستهزاء، تشويه صورة الجسد، انتهاك الخصوصية (اسرار زوجية)، الانتماء، العادات والتقاليد، المواطنة، الغرور، الرياء، التسامح.

5-فئة المصادر المعلومات: ونقصد بها مصدر المحتوى فلننسب الأقوال أو التصريحات وبالتالي تحدد على الثقة في هذه التصريحات وهي المصادر التي اعتمدت عليها صانعة المحتوى "كارولين" في جلب المعلومات وتضم ما يلي: الشبكات الاجتماعية، مصادر الشخصية، بدون مصدر.

6-فئة الجمهور المستهدف: أي الجماعة أو الجماعات التي يوجه إليها المحتوى، وتفيد هذه الفئة في معرفة هدف القوائم بعملية الاتصال هل هو يستهدف جماعة معينة أمام الجمهور العام، وتضم: الاناث والذكور.

7-فئة الاساليب الاقناعية: أي الاساليب التي استخدمتها صانعة المحتوى كارولين لتأثير واقناع متابعيها بأفكار التي تقدمها بهدف تبنيتها وتفيد هذه الفئة في تحديد الجمهور المستهدف وكيفية الاقناع عليه وضمت الاساليب العاطفية التي تخاطب الاحاسيس والاساليب العقلية التي تخاطب منطق العقل الرشيد.

الملحق رقم 03:

استمارة تحليل المضمون

دليل الترميز

البيانات الأولية:

-عنوان الفيديو: (1)

-تاريخ النشر: (2)

-المدة الزمنية: (3)

أ-فئات الشكل:

1-فئة اللغة المستخدمة:

-العامية (4)

-الإنجليزية (5)

-السويدية (6)

2-فئة شكل اللباس:

-فاضح جدا (7) -فاضح نوعا ما (8)

-محتشم نوعا ما (9) -أزياء تقليدية (9)

3-فئة اللقطات المستخدمة:

-اللقطات المقربة للصدر (10) -اللقطات المقربة للخصر (11)

-اللقطات المتوسطة (12) -اللقطات العامة (13)

4-فئة تفاعل المتابعين

-إعجاب (14) -تعليق (15)

-مشاركة (16) -حفظ (17)

-التعليق على التعليق (18)

5-فئة التصوير:

-التصوير الداخلي (19)

-التصوير الخارجي (20)

6-فئة الأساليب الفنية

-الايماءات والحركات (21) -الصور (22)

-فنيات أخرى (23) -مؤثرات صوتية (24)

7-فئة تسريجات الشعر:

-غريبة (25)

-عادية (26)

-حجاب (27)

8-فئة الشخصيات:

-الزوج (28) -الأبناء (29) -الوالدين (30)

-الإخوة (31) -الأصدقاء (32)

ب-فئات المضمون:

1-فئة المواضيع:

-الزواج (33) -السياسة (34) -الفن والتمثيل (35)

-الدين (36) -روتين يومي (37) -أخبار (شيكات اجتماعية) (38)

-الطبخ (39) -الغربة (40) -التجميل (41)

2-فئة الأهداف:

-تحريض (42) -إغراء (43) -اشهار وترويج (44)

-الرد على التعليقات (45) -التخويف (46) -التسلية والترفيه (47)

3-فئة العادات:

-عربية جزائرية (48)

-أجنبية دخيلة (49)

4-فئة القيم المجتمعية:

-كسر الروابط والعلاقات (50) -ترويج للرقص والتمايل (51) -عدم تقبل النقد (52)

-السب والشتم (53) -ترويج للعري (54) -كسر حاجز الحياء (55)

-السخرية والاستهزاء (56) -تشويه صورة الجسد (57) -انتهاك الخصوصية (58)

-الانتماء (59) -العادات والتقاليد (60) -المواطنة (61) -الغرور (62)

-الرياء (63) -التسامح (64)

5-فئات مصادر المعلومات:

-الشبكات الاجتماعية (65) -مصادر شخصية (67) -بدون مصادر (68)

6-فئة الجمهور المستهدف:

-الاناث (69) -الذكور (70)

7-فئة الاساليب الاقناعية:

-الاساليب العاطفية (71) -الاساليب العقلية (72)