

جامعة الجزائر3

كلية علوم الاعلام والاتصال

قسم الاتصال

دوافع استخدامات ميزات موقع فايسبوك وعلاقتها بتراكم رأس المال

الاجتماعي

-دراسة على عينة من المراهقين العاصميين-

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: دراسات الجمهور

إشراف:

د. عزيز لعيان

إعداد:

محمد أمين لعليجي

2016-2015

*“Genius is one percent inspiration, ninety-nine
percent perspiration”*

Thomas A. Edison

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمات شكر...

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات...

Just as the saying goes: "Surround yourself with people who believe it can be done"

أتقدم بالشكر الجزيل مع التقدير الكبير لأستاذي والمُشرف على هذا العمل الدكتور عزيز لعبان، الذي احتضن هذا العمل منذ بداياته الأولى، وأخذ بيدي لتقوم أفكاره بمزيج من الرفق والحزم، وساهم دون تردد في تغيير نظرتي وتفاعلي مع البحث العلمي من خلال نصائحه القيمة، والدقيقة، والصادقة، وإصراره على ضرورة الاتقان، ولا أراي أبالغ إن قلت أنني تعلمت من أخلاقه وعلمه، بل وانبهرت بثباته على كثير من المبادئ، واتضح لي فعلا كيف أننا ندور في دوامة لا يطفو على سطحها إلا المتخفف من أعباء الفكر والرأي والأمانة والضمير الحق...

شكر خاص أتقدم به للبروفيسور سعيد لوصيف، المميّز، على أفكاره النيّرة وجهده الكبير في ايقاظ أذهاننا علميًا وموضوعيًا للتفكير والتساؤل حول كل ما يعتبر بحثًا علميًا، كما أكبر فيه تواضعه وإنصاته لهواجسي البحثية ومناقشة أفكاره التي سخّر لها الكثير من وقته الثمين، ولا أنسى استعداداته المتواصل للمساعدة بل وتنقله في سبيل ذلك، وكيف استحق هو والأستاذ لعبان ما عبّر عنه مالك بن نبي بامتلاك روح العلم l'esprit de la science أكثر من العلم نفسه.

شكر موصول أيضا لأساتذتنا الذين درّسونا ولم يخلوا علينا بالاستماع والنصح والنقاش على مدار سنوات طوال، وعلمونا أن الدكتوراه مُبتدى وليست مُنتهى البحث، أذكر: البروفيسور مخلوف بوكروح، البروفيسور علي قسايسية، البروفيسور أحمد بن مرسللي، الدكتور كريم بلقاسي، وغيرهم كثيرون كما أحيي الاستاد المحترم كمال سعدو على نقاشاته وفكره المتمرّد، وكيف أن "وقفة" ولا أقول "جلسة" معه تساوي مئات المحاضرات والدروس.

أرغب أيضا أن أشكر صديقيّ المقربين، بن ديبلي اسماعيل وبوزير عبد اللطيف، على رفقتهما، إخلاصهما، وأخوّتهما الصّادقة في الدين التي هي أقوى من أخوة الطين، وأذكر تواصلنا بالثبات وكيف انطلقنا سوية بنيتة صادقة وعزم قوي لتجاوز الحواجز الطبيعية والمصطنعة، وسعينا للاقتراب قدر وسعنا من البحث العلمي السوي، أدام الله صداقتنا.

كما لا يفوتني تقديم شكري وامتناني لكل الأصدقاء الذين أتناقش معهم باستمرار في الواقعي والافتراضي وعلى تشجيعهم ودعمهم المعنوي بكل كلمة طيبة، بالإضافة للزملاء والزميلات-خاصة الزميلات في تخصص الإذاعة والتلفزيون-نظير جهدهم الكبير ومساعدتهم لي وزملائي في الجانب الميداني من بحوثنا، وكيف بذلوا وقتهم وجهدهم في ذلك، أتمنى لهم صادقا النجاح والاستمرار في الاجتهاد والعمل. وأوجه شكري أيضا إلى أصدقائي الأعرّاء عبد الجبّار، عبد الرحمن، عبد الجليل، علي،.....

وفي الأخير، أشكر كل من ساعدني وشجعني وجعل تحقيق هذا البحث ممكنا، كل من موقعه، أسلوبه، وقدر استطاعته.

إهداء

إلى أبي وأمي الغاليين، اللذين ضحيا كل بطريقته من أجلنا والسعي لإسعادنا، وكيف دافعا عن خيارى فى الحياة، أسأل الله العلى العظيم أن يبارك فى عمرىهما ويثبت أجرهما، ويقدرنى على برهما.

إلى إخوتى بلال، نور الاسلام، أيمن، حفظهم الله و رعاهم.

إلى أُخْتى بارك الله فىهما.

إلى أفراد العائلة بكل أبعادها.

إلى صديقى الصّدوق وأخى نسيم.

إلى الذين تعلّمت منهم أن أكون أقل فضولا بالناس، أكثر فضولا بالأفكار.

وأنتهى بالقول:

“To those from whom we learned

And those we hope to teach

In the circle of teaching and learning

We dedicate this work”

خطة البحث

مقدمة

الفصل الأول: إشكالية البحث وفرضياته، أهدافه وأهميته، وتحديد المفاهيم

1- إشكالية البحث وفرضياته

2- الهدف من البحث

3- أهمية البحث

4- تحديد المفاهيم

- تحديد مفهوم الدوافع
- تحديد مفهوم الاستخدام
- تحديد مفهوم مواقع شبكات التواصل الاجتماعية
- تحديد مفهوم ميزات الفيسبوك
- تحديد مفهوم رأس المال الاجتماعي
- تحديد مفهوم تقدير الذات
- تحديد مفهوم الرضا عن الحياة
- تحديد مفهوم الثقة الاجتماعية

الفصل الثاني:مراجعة الأدبيات السابقة والبناء النظري للبحث

I- بناء رأس المال الاجتماعي: بين تجاذبات الواقع وتفاعلات العالم الافتراضي

1- رأس المال الاجتماعي والرساميل الأخرى

- رأس المال البشري Human Capital
- رأس المال الثقافي Cultural Capital
- رأس المال الرمزي Symbolic Capital
- رأس المال الاجتماعي Social Capital

2- ارهاصات رأس المال الاجتماعي، التجاذبات بين اللفظ والمفهوم

3- الآباء المؤسسون لمفهوم ونظريات رأس المال الاجتماعي

- Pierre Bourdieu وإعادة الاعتبار للبعد الاجتماعي
- James Coleman وأهميّة التفاعلات بين الأقران، المدرسة، والعائلة
- Robert Putnam والاتصالات بين الأفراد والمجتمع المدني

4- رأس المال الاجتماعي من خلال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

II- المراهقون ومواقع شبكات التواصل الاجتماعية

1- اشكالية تناول مستخدمي التكنولوجيا

2- البنائية الاجتماعية

3- البناء الاجتماعي لمفهوم الشباب

4- المراهقون، سيقنة تاريخية ضرورية

5- التصورات الاولى للمراهقة

6- المراهقة، تشكيل الهوية، والبحث عن الاستقلالية

7- المراهقون، ثقافة وسائل الاعلام، والتكنولوجيات

8- طبيعة جيل الانترنت ومواقعها التفاعلية

-III نظريات الدوافع Motivation Theory

1- محاولة تحديد مفهوم الدوافع

- الدوافع الداخلية (الجوهرية)
- الدوافع الخارجية
- اللا دافعية

2- التوجهات النظرية الكبرى لدراسة الدوافع

- المدرسة السلوكية
- المدرسة المعرفية
- نظرية التسلسل الهرمي للحاجات : Hierarchy of Needs
- نظرية التوازن Balance Theory
- نظرية المجال Field Theory

- نظرية التنافر المعرفي Theory of Cognitive Dissonance
- نظرية التوقعات Expectancy Theory
- نظريات القيمة المتوقعة Expectancy-Value Theories
- النموذج الحديث لنظرية القيمة المتوقعة Expectancy-Value Model
- نظرية تحديد الأهداف Goal Setting Theory
- النظرية المعرفية الاجتماعية Social Cognitive Theory

3- نظرية التقرير الذاتي Self-Determination Theory

- سلوك الاستقلال الذاتي و السلوك المضبوط
- الدوافع المستقلة و المضبوطة
- الاستقلالية والاحتياجات النفسية ضمن نظرية التقرير الذاتي

IV- نظرية الاستخدامات والاشباعات

- 1- بدايات بحوث الاستخدامات والاشباعات: وصفية وظيفية
- 2- تفعيل الطروحات: الاتجاه نحو التصنيف وقياس المتغيرات النفسية والاجتماعية
- 3- مفهوم الجمهور النشط
- 4- دوافع، استخدامات واشباعات الانترنت والمواقع التفاعلية
- 5- الاستخدام العام للانترنت
- 6- دوافع، استخدامات واشباعات مواقع الانترنت التفاعلية

الفصل الثالث: البناء المنهجي للبحث

1- إختيار منهج البحث

- تحديد منهج البحث
- الطرح المنهجي لنظرية الاستخدامات والاشباعات
- أدوات البحث
- مقياس دوافع استخدام الفايسبوك
- مقياس استخدام ميزات الفايسبوك
- مقياس رأس المال الاجتماعي

2- مجتمع البحث وعينته.

3- أدوات البحث (المقياس).

- وصف مقياس دوافع استخدام الفايسبوك
- صدق وثبات مقياس دوافع استخدام الفايسبوك
- وصف مقياس كثافة استخدام الفايسبوك
- صدق وثبات مقياس كثافة استخدام الفايسبوك
- وصف مقياس ميزات الفايسبوك
- صدق وثبات مقياس ميزات الفايسبوك
- وصف مقياس رأس المال الاجتماعي
- الرضا عن الحياة
- صدق وثبات مقياس الرضا عن الحياة
- الثقة الاجتماعية
- صدق وثبات مقياس الثقة الاجتماعية

- تقدير الذات
- صدق و ثبات مقياس تقدير الذات

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي وعرض النتائج.

1- التحليل الوصفي لمقاييس البحث:

- التحليل الوصفي لمقياس دوافع استخدام الفايسبوك
- التحليل الوصفي لمقياس كثافة استخدام الفايسبوك
- التحليل الوصفي لمقياس استخدام ميزات الفايسبوك
- التحليل الوصفي لمقياس رأس المال الاجتماعي

2- دراسة علاقات الارتباط

- دراسة علاقات الارتباط بين عوامل مقياس دوافع استخدام الفايسبوك
- علاقات الارتباط بين عوامل مقياس كثافة استخدام الفايسبوك
- علاقات الارتباط بين عوامل مقياس استخدام ميزات الفايسبوك
- علاقات الارتباط بين عوامل مقياس رأس المال الاجتماعي.

الفرضية رقم 1: علاقة دوافع استخدام الفايسبوك بكثافة استخدامه (الاستخدام العام)

الفرضية رقم 2: علاقة دوافع استخدام الفايسبوك باستخدام ميزات الفايسبوك

الفرضية رقم 3: علاقة استخدام ميزات الفايسبوك مع رأس المال الاجتماعي

الفرضية رقم 4: علاقة دوافع استخدام الفايسبوك برأس المال الاجتماعي

3- دراسة علاقات الانحدار

الفرضية رقم 5: تأثير دوافع استخدام الفايسبوك في استخدام الميزات

الفرضية رقم 6: تأثير استخدام ميزات الفايسبوك في تراكم رأس المال الاجتماعي

▪ تأثير استخدام ميزة "تحديث الوضع" في الرضا عن الحياة

▪ تأثير استخدام ميزة "المجموعات" في الرضا عن الحياة

▪ تأثير استخدام ميزة "التطبيقات" في الرضا عن الحياة

▪ تأثير استخدام ميزة "الدردشة" في تقدير الذات

4- دلالة المتغيرات السوسيو ديمغرافية في استخدام ميزات الفايسبوك

الفرضية رقم 7: علاقة الجنس والمستوى التعليمي باستخدام ميزات الفايسبوك

▪ علاقة الجنس باستخدام ميزات الفايسبوك

▪ علاقة المستوى التعليمي باستخدام ميزات الفايسبوك

الفصل الخامس: مناقشة النتائج و خلاصة البحث.

1- علاقة الدوافع بكثافة الاستخدام

2- علاقة الدوافع باستخدام الميزات

- علاقة دافع الترفيه للاسترخاء مع استخدام ميزات الفايسبوك

- علاقة دافع تقاسم المعلومات التعبيرية مع استخدام ميزات الفايسبوك

- علاقة دافع الهروب من الواقع مع استخدام ميزات الفايسبوك

- علاقة دافع الرفقة مع استخدام ميزات الفايسبوك
- علاقة دافع "التعرف على اشخاص جدد" باستخدام ميزات الفايسبوك
- علاقة دافع "التفاعل الاجتماعي" باستخدام ميزات الفايسبوك

3- استخدام ميزات الفايسبوك و علاقتها برأس المال الاجتماعي

- استخدام ميزات الفايسبوك و علاقتها بالرضا عن الحياة
- استخدام ميزات الفايسبوك و علاقتها بتقدير الذات

4- دوافع استخدام الفايسبوك وعلاقتها برأس المال الاجتماعي

- الفايسبوك كتوجه جديد وعلاقته بتقدير الذات
- التفاعل الاجتماعي على الفايسبوك وعلاقته بالثقة الاجتماعية
- التفاعل الاجتماعي على الفايسبوك و علاقته بتقدير الذات
- الترقية المهنية والرضا عن الحياة

5- دوافع استخدام الفايسبوك كمتغير للتنبؤ باستخدام ميزات الفايسبوك

6- استخدام ميزات الفايسبوك كمتغير للتنبؤ برأس المال الاجتماعي

7- الجنس كمحدد للفروق في استخدام ميزات الفايسبوك

خلاصة

المراجع

الملاحق

- جدول (1): يوضح توزيع أفراد العينة على أساس السن.....241
- جدول (2): يوضح توزيع أفراد العينة على أساس الجنس..... 241
- جدول (3) : يوضح توزيع العينة على أساس متغير المستوى التعليمي.....242
- جدول (4) : يبين قيمة معامل ألفا Cronbach بالنسبة لعوامل مقياس دوافع استخدام الفايسبوك..... 245
- جدول (5) : يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "الترفيه" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.....247
- جدول (6) : يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "تقاسم المعلومات" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.....248
- جدول (7) : يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "الهروبية" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.....248
- جدول (8) : يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "توجه جديد" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.....248
- جدول (9) : يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "الرفقة" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.....249
- جدول (10) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "التقدم المهني" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.....249
- جدول (11) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "التفاعل الاجتماعي" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.....249
- جدول (12) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "تمضية الوقت" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.....250
- جدول (13) يبين معاملات الارتباط بين بنود مقياس كثافة استخدام الفايسبوك وبينها و بين الدرجة الكلية للمقياس.....252
- جدول (14) يبين معاملات الارتباط بين بنود مقياس "استخدام ميزات الفايسبوك" وبينها و بين الدرجة الكلية للمقياس.....253
- جدول (15) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "الرضا عن الحياة" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.....256
- جدول (16) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "الثقة الاجتماعية" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.....258
- جدول (17) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "تقدير الذات" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.....261
- جدول(18) نتائج بنود مقياس دوافع استخدام الفايسبوك.....268
- جدول(19) يمثل نتائج عوامل مقياس دوافع استخدام الفايسبوك.....269

- جدول (20) يبين نتائج بنود مقياس كثافة استخدام الفايبيوك.....270
- جدول(21) يبين بنود/عوامل مقياس استخدام ميزات الفايبيوك..... 271
- جدول (22) يبين نتائج بنود مقياس رأس المال الاجتماعي.....272
- جدول (23) يبين نتائج عوامل مقياس رأس المال الاجتماعي.....273
- جدول (24) يوضح علاقات الارتباط بين عوامل مقياس دوافع استخدام الفايبيوك.....275
- جدول (25) يوضح علاقات الارتباط بين عوامل مقياس كثافة استخدام الفايبيوك.....276
- جدول (26) يوضح علاقات الارتباط بين عوامل مقياس استخدام ميزات الفايبيوك.....277
- جدول (27) يوضح علاقات الارتباط بين عوامل مقياس رأس المال الاجتماعي..... 278
- جدول (28) يوضح علاقات الارتباط بين عوامل مقياس الدوافع و مفهوم كثافة استخدام الفايبيوك.....279
- جدول (29) يبين نتائج علاقات الارتباط بين عوامل مقياس الدوافع مع عوامل مقياس كثافة استخدام الفايبيوك..... 280
- جدول (30) يبين علاقات الارتباط بين عوامل مقياس الدوافع و ميزات استخدام الفايبيوك.....282
- جدول (31) يبين علاقات الارتباط بين عوامل مقياس الدوافع ومفهوم استخدام ميزات الفايبيوك.....284
- جدول (32) يوضح علاقات الارتباط بين استخدام ميزات الفايبيوك وعوامل رأس المال الاجتماعي..... 285
- جدول (33) يوضح علاقات الارتباط بين استخدام ميزات الفايبيوك وعوامل رأس المال الاجتماعي.....286
- جدول (34) يوضح علاقات الارتباط بين دوافع استخدام الفايبيوك وعوامل رأس المال الاجتماعي..... 286
- جدول (35) يوضح نتيجة التنبؤ باستخدام ميزات الفايبيوك.....290
- جدول (36) يوضح نتيجة التنبؤ بالرضا عن الحياة.....290
- جدول (37) يوضح نتيجة التنبؤ بتقدير الذات.....292

- جدول (38) يوضح علاقة متغير الجنس مع استخدام ميزات الفايسبوك.....292
- جدول (39) يبين علاقة متغير المستوى التعليمي مع استخدام ميزات الفايسبوك.....293

مقدمة:

يشكل موضوع انتشار واستخدام الوسائط الاتصالية الرقمية هاجسا لجميع المجتمعات عبر العالم، وانتقلت الأجنداث البحثية كذلك للبلدان التي وُجدت فيها هذه التكنولوجيات وعرفت انتشارا واسعا على غرار الجزائر وذلك رغم افتراض اختلاف السياقات أول الأمر، بحيث أكدت انعكاسات استخدام التكنولوجيات الاعلامية والاتصالية على القواسم المشتركة بين كل المجتمع الانساني الذي تدخلت فيه، أين يشكّل الواقع المحك الوحيد لأية معرفة علمية مرتبطة بالموضوع.

يعترف الباحثون بأن الانترنت ومواقعها التفاعلية، قد ساهمت-نتيجة لاستخداماتها- في تغيير أنماط الاتصال التعلم، العمل والاستهلاك، وجوانب أخرى من حياة البشر، وازداد تغلغل الأدوات التقنية في النسيج الاجتماعي وفتحت المجال لظهور استخدامات متنوعة، وساعد ظهور الوسائط الاجتماعية وأكّدت على الدور النشط للمستخدم في الخوض في العوالم الافتراضية على مستويات متباينة، والتي يرى بعض الباحثون أنها أزالّت الحدود القديمة بين الانتاج والاستهلاك، الاستخدام والابداع. من ناحية اخرى، وكجزء بارز ضمن المشهد الاتصالي والاعلامي الحالي والمتغير، توسع الاستخدام الشائع للمنصات التشاركية للوالب الاجتماعي كظاهرة مهيكلّة، واتضح ذلك بشكل أوضح مع مواقع شبكات التواصل الاجتماعية (SNSs) خاصة مع الاقبال الواسع عليها في الجزائر.

وعلى هذا، تبحث العديد من المسائل الخلافية المرتبطة بمواقع شبكات التواصل الاجتماعية (SNSs) في أنواع وأنماط التأثيرات التي تمارسها هذه التكنولوجيات على تطور الشباب youth developement ، وتتجه العديد من الدراسات في الجزائر نحو تبنيّ نموذج التأثير كتصور مُسبق، وذلك دون وعي في كثير من الأحيان لضرورة المرور على مراحل منهجية أساسية مُسبقة، ويرجع ذلك أيضا حسب تقديرنا للتخبط الحاصل في ضبط الخيارات النظرية والمنهجية ثم الالتزام بها، والتي من الواضح أنها تعيق فهم السيورة البحثية الصحيحة والمنطقية أحيانا، وأحيانا أخرى للمبالغة في تقدير قوة الوسيلة والانبهار بها والتي توصف بأنها جديدة واجتماعية وتفاعلية، يُعتقد نتيجة لذلك أنها السبب الوحيد في كثير من الظواهر المجتمعية.

يعمل نموذج التأثير على فحص نتائج وآثار استخدام الافراد للتكنولوجيات، فالكلام عن التأثيرات effects يؤدي الى نقاشات نظرية هامة يجب التوقف عندها ومساءلتها، المفهوم يستلزم التركيز على السببية causality بمعنى افتراض أن الوسيلة أو الوسيط الاتصالي أو حتى ميزات التكنولوجيا تؤثر سببيا causally influences في بعض النتائج النفسية أو الاجتماعية، ومنه تكون بنية الأسئلة في هذا المنظور وتُطرح على شكل: هل تؤثر وسائل الاعلام في الأفراد؟ هل تجعل العاب الفيديو الاطفال عنيفين؟ هل تؤثر SNSs على السعادة النفسية للمراهقين وعلى رأس ما لهم الاجتماعي؟ وقد أدرك الباحثون بعد مدة أن الاجابة على مثل هذه الاسئلة أكثر تعقيدا مما تبدو، بحيث يصعب إيجاد العلاقة السببية المباشرة بين التكنولوجيا والنتائج النفسية والاجتماعية social and psychological outcomes ، فقد استخدمت تلك الأبحاث في دراستها لوسائل الاعلام والوسائط الاتصالية اطارا تكنولوجيا technological Framework أو object centered approach بحيث يفترض هذا المنظور وقيس Tests إمكانية أن تؤثر التكنولوجيا (كآلة) في نتيجة اجتماعية معينة ؛ توصل الباحثون حاليا واستنتجوا بحزم أن الوسيلة (كأداة) غير مؤثرة وهو ما تفترضه توجهات نظرية أخرى، تُجمع عامة على بحث القدرات التكنولوجية مع التبنّي الاجتماعي.

تعتبر التكنولوجيا عامل مهيكّل، فميزات التكنولوجيا وليس التكنولوجيا في حد ذاتها تمكّن وتقيّد كذلك كيفية استخدام الافراد للتكنولوجيا، أيضا، القوى الاجتماعية كالمعايير الثقافية Cultural Norms والممارسات السلوكية تتدخل في الكيفية التي يستخدم بها الافراد التكنولوجيا في شكله النهائي، ويحتاج العديد من الباحثون بأن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (SNSs) لا تتسبب لوحدها في الكثير من النتائج والآثار كالسعادة النفسية أو رأس المال الاجتماعي، بدلا عن ذلك، فإن السلوكات الاتصالية والثقافية للمستخدمين، بمعنى كيفية تقاسمهم للمعلومات، تقديمهم للدعم العاطفي، وغيرها من العوامل هي التي تشكل الميكانيزمات المسببة للنتائج الاجتماعية والنفسية و التي يمكن البحث فيها ثم التنظير حولها.

يُمثل موقع فايسبوك Facebook أحد أهم المواقع الاجتماعية، وقد تعرّض الدارسون لجوانب بحثية عديدة مرتبطة باستخداماته والآثار المترتبة عن ذلك، وشكّلت دوافع استخدام الموقع انشغالا بحثيا قائما بذاته، ويعكس في نظرنا التطور والسيرورة المنطقية لتفكيك عملية الاستخدام، بحيث تمثل الدوافع Motivations سوابق الاستخدام الفعلي وتشكل القوة المنشطة الكامنة وراء القصد في السلوك، وهي المحفز الواعي وغير الواعي للعمل نحو الهدف المنشود

ويوجه استخدام الأفراد للتركيز على بعض الميزات ضمن الموقع، خاصة لما يكون نتاج عوامل نفسية واجتماعية ونرى أن الفهم الجيد لدوافع استخدام المواقع يعطينا صورة أوضح عن الاستخدام الفعلي، ما يسمح لنا أن ننتقل للبحث في الآثار والنتائج المترتبة عنه.

ومنه، يأتي بحثنا هذا في سبيل ايضاح دوافع استخدام ميزات الفايسبوك، وعلاقتها بتراكم رأس المال الاجتماعي لدى فئة المراهقين، ولتناول هذا الموضوع عمدنا الى تنظيم البحث وفق الخطة أو التصور الآتي:

الفصل الاول: بناء اشكالية البحث، تساؤلاته وفرضياته، مع تحديد أهدافه والتأكيد على أهميته، وكذا شرح مفاهيم البحث التي تنبني عليها اشكاليتنا، مع تحديد معانيها الاجرائية.

الفصل الثاني: يمثل البناء النظري انطلاقاً من الادبيات السابقة للبحث، أصلنا فيه لمفهوم ونظريات رأس المال الاجتماعي بالتركيز على الآباء المؤسسون، ثم علاقة المراهقون بالتكنولوجيات ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص، بالإضافة لمفهوم ونظريات الدوافع، وانتهينا بتناول نظرية الاستخدامات والاشباع التي نلج من خلالها لإطارنا المنهجي.

الفصل الثالث: تناولنا فيه البناء المنهجي للبحث، ويضم منهج الدراسة، الطرح المنهجي لنظرية الاستخدامات والاشباع، كما عرفنا بمجتمع البحث وعينته، و انتهينا بوصف أدوات القياس المستخدمة والتأكيد على صدقها و ثباتها.

الفصل الرابع: تطرقنا فيه الى التحليل الاحصائي لمعطيات البحث، مع التحليل الوصفي العام للمقاييس، ثم دراسة علاقات الارتباط والانحدار وعرض نتائج البحث.

الفصل الخامس: خصصناه لمناقشة النتائج وخلاصة البحث.

الفصل الأول

إشكالية البحث، فرضياته، أهدافه وأهميته،
وتحديد المفاهيم.

1- الاشكالية:

يواجه الباحث في علوم الاعلام والاتصال وأبحاث استخدامات الوسائط الاتصالية بالتحديد، سيلا من المواضيع والاشكاليات البحثية التي تثير اهتمامه، وتستفزّه بتعقدها وتداخل عناصرها المكونة لها وكذلك بتشابكها مع غيرها من الظواهر المرتبطة أساسا بالعلاقة انسان-آلة، والتي تناولتها بالدراسة العديد من النظريات والمقاربات البحثية تأرجحت جميعها بين الاستقراء والاستنباط، وقد استدعى انتشار التكنولوجيات الجديدة تجدد الاهتمامات ضمن العلوم الانسانية من أجل فهم أفضل للسيرورات processes الاجتماعية والاجتماعية النفسية المرتبطة باستخداماتها.

يأتي هذا البحث ليحاول التموّج ضمن تراكم الدراسات الاستنباطية الامبريقية التي تتعرض لموضوع استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعية Social Network Sites في المجتمع الجزائري، بوصفها ظاهرة تستدعي البحث والدراسة، خاصّة لما ترتبط بعوامل نفسية واجتماعية لها انعكاساتها على الفرد والمجتمع وتبرز من خلال تفاعل الأفراد مع التكنولوجيا ومن خلالها مع غيرهم من المستخدمين في فضاءات افتراضية لا تزال تلقي بسحرها على المجتمع الاكاديمي من جهة، وأصبحت من جهة اخرى جزءاً من حياة المستخدمين اليومية، توفر لهم منافذ تفاعلية جذابة وتمس بعلاقاتهم الاجتماعية وأشكال تبادلهم وأساليب تواصلهم السابقة.

دفعت هذه الانشغالات الباحثين للتركيز على اختلافات الولوج access والاستخدام use والممارسة practice (Katz & Rice, 2002 ; Wellman & Haythornthwaite, 2002) ، ومع تزايد النقاشات توجه الباحثون ببطء للاعتراف بالدور الذي تلعبه التقنية، باعتبارها محفزاً يقوي ويعزز ميولات الافراد السابقة (Amichai-Hamberger, 2001 ; Hills & Argiyle, 2003 ; McDonough, 2002) وبشكل مماثل، تم تحدي واستبعاد فرضية "الحتمية التقنية" المرتبطة بتأثيرات التكنولوجيا على الحياة الاجتماعية لصالح نظرة اخرى أكثر اعتدالا ترى ان التقنية انتاج اجتماعي social production (Fisher, 1992 ; Mantovani, 2002) بمعنى ان التكنولوجيا والمجتمع بينان co-construct بعضهما البعض (Latour & Woolgar, 1979)، لذلك، نرى أن أي تفكير في العلاقة التي تربط المستخدم بالتقنية لا بد ان تنتبه لتعقد المسارات التي تجمعهما في اطار أي بحث امبريقي، وعدم الاكتفاء بأحكام قبلية تنتهي للتقبل والاعتراف بالحتميات التي تقيد الفكر البشري وتمنع عنه أية نظرة نقدية.

تعرض موضوع الآثار الاجتماعية للانترنت ومواقعها لتفحص دقيق، استهدفت الدراسات إيجاد العلاقة بين استخدام الانترنت والروابط الاجتماعية social ties ، وخلصت لثلاثة نتائج رئيسية: أولها: أن استخدام الانترنت يخفض الروابط الاجتماعية، ثانيها: أن استخدام الانترنت يزيد الروابط الاجتماعية، ثالثها: أن استخدام الانترنت لا يخفض ولا يزيد الروابط الاجتماعية، فلم تنبثق هذه النتائج المتضاربة ولم تتأتى من دراسات مختلفة على أساس التصميم والقياس designs and measurements فقط وإنما نتيجة لدراسات اعتمدت نفس التصميم والقياس (Kraut & al, 1998, 2002) ، وهو ما دفع الباحثين للقول أن هناك عوامل عديدة تتدخل في هذا الجدل المحير، وانطلقوا في تفسير ذلك مفترضين أن اختلاف الآثار ناتج عن اختلاف الاستخدام، فالنشاطات المختلفة على الخط يختلف ارتباطها بتشكيل والحفاظ على الروابط الاجتماعية، وغيرها من الآثار النفسية والاجتماعية.

خضعت مواقع شبكات التواصل الاجتماعية (SNSs) لنفس التحقيقات، فقد بدأت الانشغالات البحثية الأولى للدارسين، بتحديد ماهية مواقع شبكات التواصل الاجتماعية (SNSs) واكتشافها، وعرفت التعريفات الأولى مراجعات عديدة وواسعة، غير أنها لم تكبح البحوث حول هذه المواقع عامة وموقع "فايسبوك" بشكل خاص من الاستمرارية والمثابرة من أجل فهم أحسن لهذه المواقع، كما اتجه اهتمام الباحثين نحو الشبكات الافتراضية بشكل أعمق، وتعرضوا لجوانب عديدة في دراساتهم، شملت من يستخدم، ومن لا يستخدم مواقع شبكات التواصل الاجتماعية (Hargittai, 2008) ، بالإضافة إلى دراسة التأثيرات النفسية والتهديدات الشخصية الناجمة عن استخدام (SNSs) ، وهي الدراسات التي قام بها (Kraut, Patterson, 2006). تعرض الدارسون لجوانب بحثية أخرى كالبحث في العلاقة بين الشبكة الاجتماعية في العالمين الفيزيقي والافتراضي، ودراسة العلاقات، بالإضافة إلى مواضيع أخرى (كالكشف عن المعلومات، التحكم والخصوصية، وكيف أن نمط علاقات معينة قد تتشكل عبر الفاييسبوك وإمكانية وكيفية تأثير الهوية والاثنيات العرقية على استخدامات مواقع شبكات التواصل الاجتماعية)، ونظرا لتنوع الاهتمامات البحثية بهذه المواقع، استطعنا حصر ثلاثة انشغالات أساسية كبرى تمثلت في دراسة:

1- سوابق الاستخدام Antecedents of use

2- كيفية الاستخدام How People Use

3- النتائج النفسية أو آثار الاستخدام Psychological Outcomes or Effects

ركزت الدراسات السابقة والتي تناولت الاستخدام العام General Use لمواقع (SNSs) كموضوع أساسي لها (Charney & Greenberg, 2001 ; Ferguson & Perse, 2000 ; Kaye & Johnson 2004 ; Sheldon, 2008) على قياس الوقت المقضي في الموقع، لكن دون أن يكشف ذلك الشيء الكثير عن الدوافع التي تحفز المستخدم الى الاقبال على بعض "الميزات" features ضمن الموقع دون غيرها نظرا لتنوعها واختلافات الاقبال والاستخدام (Brandtzæg & Heim, 2011)، بحيث تختصر كل هذه النشاطات داخل الموقع في قياس الوقت فقط، والتعلق النفسي بالموقع باعتباره نشاط مُوحّد، وذلك دون التطرق لمختلف التطبيقات التي يمكن للمستخدم أن يجتثك بها أو أن يخوض في استخدامها.

توجهت الدراسات في الآونة الاخيرة للتمييز بين الانشطة الاجتماعية التي يمارسها المستخدمون في هذه المواقع وتوصلوا تبعا لذلك لإثبات وجود نتائج مختلفة لتلك الانشطة، وانتهى بهم للتساؤل حول how social is social بمعنى آخر، مدى اجتماعية التفاعلات الناتجة عن تلك الأنشطة (Cameron Marlow, 2010)، وعليه كان من المفيد التدقيق أكثر في ميزات المواقع والبحث في استخلاص الوزن النسبي للأنشطة المختلفة، وسيكون بالمقابل من السذاجة اعتبار كل تلك الانشطة متكافئة من حيث آثارها النفسية والاجتماعية.

اتضح لنا من خلال التعرض للأدبيات المرتبطة بالموضوع، أن الدراسات الاولى والسابقة التي استهدفت معرفة دوافع Motivations استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعية (SNSs)، عملت على تصنيفها فقط على أساس الانضمام للموقع فقط، بحيث توصل joinson لتحديد سبعة دوافع لاستخدام الفايسبوك هي : social connection, shared identities, photographs, content, social investigation, social network surfing and status updating (Joinson, 2008) لكنها بالمقابل، لم تعر الانتباه الكافي ولم تتعمق في امكانية استفادة المستخدمين من الميزات التي تقدمها المواقع بدرجات متفاوتة ولأسباب متعددة وبتنتائج مختلفة كذلك بعد الانضمام للموقع، وهو جوهر "الاستخدام"، بحيث تعد معرفة انعكاس استخدام هذه الميزات على رأس المال الاجتماعي لدى الأفراد ضروريا لتحديد الأنشطة المولدة له من غيرها، فغياب هذا التحديد يعطينا صورة مبهمة عن الاستخدام الفعلي ويصعب تحليل الظاهرة ويوقعنا في العموميات.

شكل مفهوم "رأس المال الاجتماعي" Social Capital وعلاقته بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي (SNSs)، محل اهتمام مجموعة من الباحثين على غرار (Steinfeld, Ellison, & Lampe, 2007)، وغيرهم، والذين فحصوا العلاقة بين استخدامات الفايسبوك وتكوين الرأس المال الاجتماعي Social Capital والمحافظة عليه، بحيث كان الهدف معرفة ما إذا كانت هناك إمكانية لاستخدام الفايسبوك باعتباره أداة على الخط لتوليد رأس مال اجتماعي خارج الخط، واختبروا في أبحاثهم متغيرات متنوعة، مراعين في ذلك مختلف الطروحات النظرية التي أصّلت لمفهوم رأس المال الاجتماعي.

في نفس السياق، يشير Steinfield الى أن رأس المال الاجتماعي هو تلك "الموارد المترابطة من خلال العلاقات بين الأشخاص" (Steinfeld and others, 2008, p : 2)، ويمكن اعتباره سببا لتكوّن الشبكات الاجتماعية ونتيجة لها، فبالنسبة للأفراد، يسمح لهم بالاستفادة من موارد الآخرين المتوفرة ضمن الشبكة الاجتماعية التي ينتمون إليها، وهذه الموارد يمكن أن تأخذ شكل معلومات مفيدة أو علاقات شخصية، أو حتى القدرة على تنظيم جماعات، وقد ارتبطت الانترنت "برأس المال الاجتماعي" من خلال دورها في تدعيمه أو اضعافه كما أشارت إليه الدراسات في السنوات الأخيرة، وعلى هذا الأساس، تم ربط رأس المال الاجتماعي بعدة نتائج اجتماعية إيجابية، خاصة ما تعلق بمؤشرات العافية النفسية psychological wellness "كتقدير الذات" و"الرضا عن الحياة"، كما لاحظ الباحثون في مقابل ذلك أن غياب رأس المال الاجتماعي يصعب الحفاظ على "الثقة الاجتماعية" بين أفراد المجتمع والمشاركة في المجتمع والنظام الاجتماعي.

يجاحج عدد من الباحثين بفكرة أن الفايسبوك facebook يعد أداة مناسبة لتراكم رأس المال الاجتماعي، ذلك لأنه يقدم قائمة عريضة من التطبيقات والمزايا الاتصالية التي تسمح للمستخدم بنشر رسائل لعدد كبير من الجماهير Audiences عن طريق تحديث وضعه Status Updates والنشر على الجدار Wall Posts والردودشة وتطبيقات أخرى... توفر جميعها طرق مميزة تمكن من جمع معلومات حول الأفراد المشبكين والخوض في علاقات مع الآخرين، وقد أشار كل من Ellison إلى بعض خصوصيات وميزات الفايسبوك التي تدعم تراكم رأس المال الاجتماعي والمحافظة عليه، باعتبار أنها تخفف تكاليف التنسيق بالمحافظة على شبكة علاقاتية واسعة، كما تسهل الوصول للمعلومات عن الآخرين اعتمادا على بروفيلاتهم، فتسهل لهم نشر التحولات الكبرى الواقعة في حياتهم وتسمح لهم كذلك ببث أنشطتهم سريعة الزوال ephemeral activities لشبكتهم الاجتماعية الواسعة.

تعد الاستخدامات والاشباعات (Uses and Gratifications (U&G) إحدى النظريات المساعدة على الفصل بين أشكال الاستخدامات المتعددة للفايسبوك، بحيث استخدمها الباحثون لمقاربة استخدام الانترنت في سبيل تحديد "الدوافع" التي تقود وتوجه استخدام الفاييسبوك (Lampe and colleagues, 2010). تناول الباحثون الانترنت في الدراسات السابقة بوصفها وحدة واحدة أو كتلة واحدة Monolithically بحيث لم يتم الإشارة للاختلافات الموجودة بين المواقع في جانبها التقني والوظيفي، وقد دعى الباحثون بعد ذلك لضرورة تفكيك عملية استخدام الانترنت والتركيز على المواقع بتنوعها، كل هذا بالانتقال شيئاً فشيئاً من اشكالية Macro الى Micro.

تنص إحدى الافتراضات القاعدية لهذه النظرية على أن مستخدمي وسائل الاعلام التقليدية (mass media) أو الجديدة (new media) لهم أهداف توجه سلوكهم goal-directed كما أن الاستخدام الشخصي للوسيلة هو خيار نشط وُجد لإرضاء حاجات معينة، أما الفرضية الثانية فتتضمن على أن مستخدمي وسائل الاعلام والوسائط الاتصالية واعون باحتياجاتهم needs لذلك يختارون الوسيلة المناسبة لاشباعها، وقد توصل الباحثون الى أن نظرية الاستخدامات والاشباعات U&G مناسبة ومهمة لاكتشاف دوافع الافراد التي تقودهم للخوض في مجتمعات افتراضية ومواقع معينة دون غيرها.

في هذا الاطار، قرنا من خلال هذا البحث تجاوز الاستخدام العام لموقع "فايسبوك" وأن نغوص أكثر في كشف دوافع استخدام ميزات الفاييسبوك، وذلك برصد العلاقة بين دوافع استخدام ميزات محددة يوفرها الفاييسبوك بتراكم رأس المال الاجتماعي بوصفه ظاهرة صحيّة وإيجابية داخل المجتمع بالتركيز على فئة المراهقين محولين التدرج في بحثنا من خلال التوصل أولاً لسوابق استخدام antecedents of use ميزات معينة ثم علاقتها بعوامل رأس المال الاجتماعي المتمثلة في كل من الرضا عن الحياة life satisfaction وتقدير الذات self esteem وكذلك الثقة الاجتماعية social trust.

ومنه نطرح التساؤلات الآتية:

- 1- ما هي دوافع استخدام المراهقين لموقع فايسبوك؟
- 2- ما هي ميزات الفاييسبوك التي يقبل المراهقون على استخدامها بشكل كبير؟
- 3- ماهي العلاقة التي تربط دافع معين باستخدام المراهقين لميزة معينة ضمن موقع فايسبوك؟

- 4- ما هي الميزات التي يرتبط استخدامها بالعوامل الثلاثة لرأس المال الاجتماعي، الرضا عن الحياة، تقدير الذات، والثقة الاجتماعية لدى المراهقين؟
- 5- ماهو تأثير دوافع استخدام الفايسبوك في استخدام ميزات لدى المراهقين؟
- 6- ما هو تأثير استخدام ميزات الفايسبوك في عوامل رأس المال الاجتماعي (الرضا عن الحياة، تقدير الذات، والثقة الاجتماعية) لدى المراهقين؟
- 7- ما هي علاقة المتغيرات الديمغرافية باستخدام المراهقين لميزات الفايسبوك؟

2- فرضيات البحث:

يندرج هذا البحث ضمن نوع بحوث اختبار الفروض، ويستند في ذلك على تناول الاستنباطي، وضعنا خلاله مجموعة فرضيات تحدد العلاقات التي نتصورها ونريد اختبارها ضمن حدود متغيرات بحثنا، بحيث تشكل الفرضيات تخمينات مؤقتة وذكية توجه تفكير الباحث وعمله من أجل حل المشكلة البحثية، وينبهه (Kerlinger 1986) لأهمية الفرضية في البحوث العلمية قائلاً:

“Hypothesis is the most powerful tool man has invented to achieve dependable knowledge. It is a powerful tool for the advancement of knowledge because it serves as the working instrument or the tentacles of theory and a means for seeking solution to human problems” (Nenty, 2009, p: 22)

وعليه، نستعرض فيما يأتي فرضيات بحثنا:

الفرضية 1: هناك علاقة بين دوافع استخدام الفايسبوك (الترفيه للاسترخاء، تقاسم المعلومات التعبيرية، الهروبية، توجه جديد، الرفقة، الترقية المهنية، التفاعل الاجتماعي، تمضية وقت الفراغ المعتاد، التعرف على اشخاص جدد) وكثافة استخدامه (عدد الأصدقاء، الوقت المقتضي، الارتباط النفسي بالوسيلة).

الفرضية 2: هناك علاقة بين دوافع باستخدام الفايسبوك (الترفيه للاسترخاء، تقاسم المعلومات التعبيرية، الهروبية، توجه جديد، الرفقة، الترقية المهنية، التفاعل الاجتماعي، تمضية وقت الفراغ المعتاد، التعرف على اشخاص جدد) وكثافة استخدامه (عدد الأصدقاء، الوقت المقتضي، الارتباط النفسي بالوسيلة) واستخدام الميزات (تحديث الوضع، ميزة التعليقات، كتابة المنشورات على حائط صفحات الأصدقاء، الرسائل الخاصة، الدردشة، المجموعات، التطبيقات).

الفرضية 3: هناك علاقة بين استخدام ميزات الفايسبوك (تحديث الوضع، ميزة التعليقات، كتابة المنشورات على حائط صفحات الأصدقاء، الرسائل الخاصة، الدردشة، المجموعات، التطبيقات) ورأس المال الاجتماعي (تقدير الذات، الرضا عن الحياة، الثقة الاجتماعية).

الفرضية 4: هناك علاقة بين دوافع استخدام الفايسبوك (الترفيه للاسترخاء، تقاسم المعلومات التعبيرية، الهروبية، توجه جديد، الرفقة، الترقية المهنية، التفاعل الاجتماعي، تمضية وقت الفراغ المعتاد، التعرف على اشخاص جدد) وعلاقتها برأس المال الاجتماعي (تقدير الذات، الرضا عن الحياة، الثقة الاجتماعية).

الفرضية 5: تؤثر دوافع استخدام الفايسبوك في استخدام الميزات.

الفرضية 6: يؤثر استخدام ميزات الفايسبوك في تراكم رأس المال الاجتماعي .

الفرضية 7: هناك فروق ذات دلالة احصائية في استخدام المراهقين لميزات موقع فايسبوك تعود لمتغير الجنس والمستوى التعليمي.

3- أهداف البحث:

- 1- معرفة دوافع استخدام المراهقين للفايسبوك.
- 2- معرفة ميزات الفاييسبوك الاكثر اقبالا من طرف المراهقين.
- 3- معرفة العلاقات التي تربط دافع معين باستخدام المراهقين لميزة معينة ضمن موقع فايسبوك.
- 4- معرفة الميزات التي يرتبط استخدامها بالعوامل الثلاثة لرأس المال الاجتماعي لدى المراهقين.
- 5- معرفة تأثير دوافع استخدام المراهقين للفايسبوك في استخدامهم لميزاته.
- 6- معرفة تأثير استخدام المراهقين لميزات الفاييسبوك في عوامل رأس المال الاجتماعي لديهم.
- 7- معرفة علاقة المتغيرات الديمغرافية باستخدام المراهقين لميزات الفاييسبوك.

4- أهمية البحث:

يرتكز هذا النوع من البحوث على تراكم من الدراسات الامبريقية، والتي تمتد من التحقيقات التي تناولت دوافع التعرض لوسائل الاعلام الجماهيرية الى دوافع استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة، وبالتحديد مواقع شبكات التواصل الاجتماعية، تطورت هذه الدراسات بالتوازي نظريا وأداتيا في الدول الغربية، وهذا ما لا نجده للأسف في الجزائر لعدة اعتبارات، لذلك، سنحاول تسجيل هذا البحث ضمن الاستمرارية البحثية العالمية علنا نستطيع الخروج من المأزق النظري والمنهجي الذي تعانيه كلية علوم الاعلام والاتصال.

من هذا المنطلق، يأخذ هذا البحث - دوافع استخدامات ميزات موقع فايسبوك وعلاقتها بتراكم رأس المال الاجتماعي، لدى عينة من المراهقين العاصميين - أهميته من حيث أنه يتعرض إلى دراسة مواقع شبكات التواصل الاجتماعية (SNSs) باعتبارها ظاهرة تحللت المجتمعات وحركت الفضول العلمي لاكتشافها في جميع أنحاء العالم، كما أنها تستهدف فهم علاقة جمهور فئة المراهقين بمواقع الشبكات الاجتماعية واستخداماتهم لها وذلك بالبحث في دوافع استخدام ميزات معينة ضمن موقع فايسبوك وعلاقتها بتوليد رأس المال الاجتماعي.

فقد أثبتت الدراسات ان تراكم رأس المال الاجتماعي يحمل فوائد جلية للمجتمع، وان تراجعته يؤثر سلبا على الأفراد والعلاقات بينهم، كما يوظف البحث نظرية الاستخدامات والاشباع كإطار نظري ومنهجي يساعد على فهم وتفسير الظاهرة في السياق الجزائري.

5- مفاهيم البحث:

الدوافع : Motivation

“Motivation is the attribute that moves us to do or not to do something” (Broussard and Garrison, 2004, p: 106)

يحتاج عدد من الباحثين ان لفظ الدوافع Motivations تسلل الى معجم علم النفس في بدايات 1880 بحيث استخدم مفهوم الارادة Will غير المتبلور من قبل الفلاسفة والمنظرين الاجتماعيين لمناقشة سوابق دوافع السلوك الانساني، بحيث تبنى الفلاسفة الوظيفيين والنفسانيين الاوائل "الدوافع" للإشارة للفعل الارادي (Bindra & Stewart, 1966) وتم اعتبارها كيانا يجبر الفرد على القيام بفعل أو سلوك معين.

يفترض البحث في موضوع "الدوافع" التساؤل حول السبب الذي جعل الفرد يقدم على التفكير والقيام بسلوك معين؟ ويقترح الباحثون أن هناك طريقة اخرى للبحث في موضوع الدوافع، وذلك بالتفكير في السلوك الذي يتبعه الفرد في انجاز هدف معين باعتباره تسلسل زمني temporal sequence، بحيث يبدأ، يستمر، يُوجّه، ثم ينتهي.

يهدف علماء النفس من وراء بحثهم في موضوع الدوافع، التعرف على ماذا يفعله الافراد؟ خيارات السلوك التي أمامهم، وما هو مقدار الوقت اللازم قبل ان يبدأ الفرد نشاط معين؟ أو كمون سلوك معين latency of behaviour ؟ مدى كثافته ؟ ومدى استمراريته؟ وفيما يفكر الفرد ويشعر اثناء خوضه في نشاط معين؟ وماهي ردود الافعال الادراكية والعاطفية المصاحبة للسلوك؟.

تعرض الاهتمام بمفهوم "الدوافع" والدراسات العلمية حوله الى اتجاهات كبرى عرفت بدايتها سنوات الثلاثينات بحيث تم تجاوز النظريات الكبرى والواسعة، الى نظريات اخرى ضيقة mini-theories تتعرض بالتحليل لجانب معين من دوافع السلوك. التحول الثاني للدراسات في ميدان الدوافع هو انتقالها من تصور الافراد كآلات غير واعية لا تملك القدرة على الاختيار تتحكم فيها قوى البيئة والمحيط، الى نظرة اخرى تعتبرهم كعلماء عقلايين، متخذي قرارات، مقررین ذاتيين لمصائرهم (Sandra, 1992, p :65)، لديهم صفات اخرى ترتبط بامتلاكهم عقل نشط، ونتيجة لذلك تحولت الابحاث من التركيز على الآلية mechanism نحو النظرة الادراكية/المعرفية cognitive لديناميكيات السلوك مع الاخذ بعين الاعتبار الاختلافات الفردية وتأثيرات المحيط على الدوافع، وعليه يقترح عدد من الباحثين انه لا ينبغي النظر للدوافع كظاهرة وحدوية Unitary Phenomenon :

“People have not different amounts, but also different kinds of motivation. That is, they vary not only in level of motivation (how much motivation), but also in the orientation of that motivation (what type of motivation). Orientation of motivation concerns the underlying attitudes and goals that give rise to action-that is, it concerns the why of actions”

(Ryan & Deci, 2000, p: 54)

- نقصد بالدوافع في هذا البحث تلك الاسباب والقوة الدافعة التي تجعل فئة المراهقين ينضمون لموقع فايسبوك، نتصور انها تنبني اساسا على دوافع نفسية واجتماعية بالدرجة الاولى، وتتضمن: (الترفيه للاسترخاء، تقاسم المعلومات التعبيرية، الهروبية، توجه جديد، الرفقة، الترقية المهنية، التفاعل الاجتماعي، تمضية وقت الفراغ المعتاد، التعرف على اشخاص جدد).

العوامل	أمثلة على البنود (المؤشرات)
الترفيه للاسترخاء	لأنه ممتع
تقاسم المعلومات التعبيرية	لتقديم معلومات حول اهتمامات خاصة بي
الهروبية	حتى أتمكن من الابتعاد عن بقية أفراد عائلتي و الآخرين
توجه جديد	لأنه رائع
الرفقة	حتى لا أكون بحاجة للبقاء وحدي
الترقية المهنية	لأنه مفيد لمستقبلي المهني
التفاعل الاجتماعي	للتواصل مع الأصدقاء البعيدين
تمضية وقت الفراغ المعتاد	لأنه عادة و مجرد شيء أقوم به
التعرف على أشخاص جدد	للتعرف على أشخاص جدد

الاستخدام : Usage/Use

ورد في قاموس (1999) le robert de sociologie تعريفين أو معنيين لمفهوم الاستخدام، يشير الأول إلى كونه "ممارسة إجتماعية يجعلها التردد والأقدمية عادية في ثقافة معينة"، أما الثاني فيشير إلى "استعمال شيء طبيعي أو رمزي لأغراض خاصة"، ويرى proulx في هذا الصدد أن المعنى الثاني هو المستعمل والمقصود في سياق دراسات استخدامات تكنولوجيات الاعلام والاتصال (Proulx, 2005, p:2). ويرى Lacroix من جانبه أن الاستخدامات الاجتماعية هي:

« Des modes d'utilisation se manifestant avec suffisamment de récurrence et sous la forme d'habitudes suffisamment intégrées dans la quotidienneté » (Pottier, 2006, p: 40)

ويشير Docq et Dael أن الاستخدام هو مجموعة ممارسات، وهو كذلك طريقة خاصة لاستعمال شيء معين وهو كذلك مجموعة قواعد يتم مشاركتها اجتماعيا من طرف مجموعة مرجعية (Ibid, p: 41) فتطور تكنولوجيات الاعلام والاتصال جعل الأشخاص والأفراد يوظفون كل من الاستخدام والاستعمال على حد سواء وهذا لتجسيد العلاقة بين المستخدم والآلة أو التقنية وما ينتج عن هذه العلاقة من تفاعل، ويرى كل من Breton et Proulx أن الاستخدام هو:

« *Un phénomène complexe qui se traduit par l'action d'une série de médiations enchevêtrées entre les acteurs humains et les dispositifs techniques* » (Hussenot, 2008, p : 4)

• نقصد بالاستخدام في هذا البحث ذلك النشاط القائم على التفاعل مع موقع فايسبوك والاستفادة من الميزات التقنية التي يوفرها، والذي يربط فئة المراهقين مع غيرهم من المستخدمين بوصفه سلوك اتصالي راجع لعدة دوافع نفسية إجتماعية وثقافية، ونتعرض أولا للاستخدام العام من خلال قياس العوامل الآتية:

- عدد الأصدقاء.

- الوقت المقضي.

- التعلق النفسي بالوسيلة.

العوامل	أمثلة على البنود (المؤشرات)
عدد الأصدقاء	ما هو مجموع عدد أصدقاتك في الفايسبوك (أقل من 10 أصدقاء...400 صديق أو أكثر)
الوقت المقضي	بالنظر الى يوم مرجعي، ما هو مقدار الوقت الذي تقضيه في الفايسبوك (لا أقضي أي وقت إطلاقا.... أكثر من 3 ساعات)
التعلق النفسي بالوسيلة	الفايسبوك هو جزء من نشاطي اليومي.

مميزات الفاييسبوك: facebook features

تقدم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي SNSs مجموعة عريضة من الميزات Features/fonctionnalités التي يؤدي استخدامها الى نشاطات عديدة ضمن المواقع، ويتفرد الفاييسبوك بمجموعة من الميزات تميزه عن غيره من المواقع بحيث نفترض ان تؤدي مجموعة من الدوافع الى استخدام معين لميزة معينة، قد ينتج عنه نتائج نفسية واجتماعية متنوعة.

- نظرا لقائمة الميزات المتنوعة التي يوفرها موقع فايسبوك، فإننا نضبط مفهوم "الميزات" في اطار هذا البحث في مجموعة محددة من الادوات التقنية التي تسمح للمستخدم بالنشاط وتضم: تحديث الوضع status updates، التعليقات comments، المشاركات على الجدار wall posts، الرسائل الخاصة private messages، الشات chat، المجموعات groups، التطبيقات Applications.

العوامل	أمثلة عن البنود (المؤشرات)
تحديث الوضع	غالبا ما أقوم بتحديث وضعي على الفاييسبوك
التعليقات	استخدم ميزة التعليقات في الفاييسبوك في كثير من الأحيان
المشاركات على الجدار	غالبا ما أكتب منشورات على جدار صفحات أصدقائي
الرسائل الخاصة	غالبا ما استخدم ميزة الرسائل الخاصة على الفاييسبوك
الشات (الدردشة)	غالبا ما أستخدم الدردشة على الفاييسبوك
المجموعات	غالبا ما استخدم مجموعات الفاييسبوك
التطبيقات	استخدم التطبيقات في كثير من الأحيان

مواقع شبكات التواصل الاجتماعية : Social Network Sites (SNSs)

قدّم كل من **Boyd and Ellison** تعريفا لمواقع شبكات التواصل الاجتماعية يتم تداوله في كل الدراسات المرتبطة بالموضوع، بحيث يعتبرانها:

"خدمات توجد على شبكة الويب 'WEB BASED SERVICES' تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية 'PROFILS' عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد و يمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال و رؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام " (Boyd and Ellison,2007 ,p : 2).

منذ إعطاء هذا التعريف سنة 2007 ، عرفت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي SNSs تغيرات تقنية لا زالت تتطور لحد كتابة هذه السطور، هذا ما دفع Boyd and Ellison يعملان على تقديم تعريف جديد، يحاولان من خلاله استدراك نقائص التعريف الأول، ويأخذان في الحسبان التغيرات المذكورة، نشر هذا التعريف في oxford handbook of internet studies وهو على النحو الآتي :

« une plateforme de communication en réseau dans laquelle les participants disposent de profils associés a une identifications unique qui sont créés par une combinaisons de contenus fournis par l'utilisateur, de contenus fournis par des « amis » et de données système peuvent exposer publiquement des relations susceptibles d'être visualisées et consultées par d'autres peuvent accéder à des flux de contenus incluent des contenus gènes par l'utilisateur -notamment- des combinaisons de textes ,photos, vidéos, mises a jour de lieux et/ou liens fournis par leurs contacts sur site »

(Stenger, 2011, p : 22).

● نحدد مواقع شبكات التواصل الاجتماعية في هذا البحث بموقع "فايسبوك" و الذي يمثل: تلك القاعدة التقنية المبنية على تكنولوجيايات الوآب (2.0) Web وتشكّل جزء من الاعلام الاجتماعي (Social Media) والتي تسمح للأفراد بنقل شبكاتهم الاجتماعية من العالم الفيزيقي لهذه المواقع كما توفر لهم إمكانية تشكيل شبكات اتصالية جديدة مع مستخدمين آخرين يقاسمونهم نفس الاهتمامات أو النشاطات... ما يؤدي إلى نشوء تفاعلات إجتماعية بينهم.

رأس المال الاجتماعي: Social capital

يشير مصطلح Capital أو رأس المال حسب معجم Webster Dictionary-Marriam إلى " الثروة المتراكمة، خاصّة تلك التي تستخدم لإنتاج المزيد من الثروات " ويحدّد عموماً بالأشياء المادية الملموسة الدائمة والقابلة للتحويل مثل العمارات والآلات... والتي يمكن تقدير قيمتها عند تراكمها (Stephenson, 2004, p: 07)

ويتفق الباحثون أن رأس المال الاجتماعي يكمن في العلاقات الشخصية و التفاعلات بين الأفراد بالإضافة للقيم المشتركة المرتبطة بهذه الاتصالات والعلاقات، وقد أشار Lin لهذه الاتصالات وعبر عنها بالشبكات الاجتماعية، كما يرى أن العلاقات الاجتماعية بين الأفراد الفاعلين والجماعات والمؤسسات والمجتمعات والنواحي والبلدان تكون بمثابة موارد تستخدم لإنتاج عوائد ايجابية. (Lin, 2001, p : 6) ويعرّف Pierre Bourdieu رأس المال الاجتماعي "بمجموع الموارد الفعلية والمحتملة المرتبطة بامتلاك شبكة دائمة..."، وأشار الى أنّ النفوذ الى رأس المال الاجتماعي يحدث من خلال تطوير علاقات دائمة وشبكات من الاتّصالات خاصّة تلك التي تكون مع الجماعات المهمّة التي تملك مخزونات معتبرة من رأس المال الاجتماعي والثقافي (Stephenson, 2004, p : 08).

يرى James Coleman " أن رأس المال الاجتماعي هو مجموعة من الكيانات والتي تتألف جميعها من بعض جوانب البنى الاجتماعية والتي تسهل بعض الاجراءات للفاعلين"، ويرى أن رأس المال الاجتماعي يكمن في العلاقات بين الأفراد (Coleman, 1990, p : 302)، وأشار إلى أنّ رأس المال الاجتماعي هو الاتّصالات الموجودة بين الأفراد والشبكات الاجتماعية ومعايير التبادل والثقة التي تنجم عنها.

من ناحية أخرى، حلّل Fukuyama العلاقة الموجودة بين الثقة ورأس المال الاجتماعي والنجاح الاقتصادي للدول بحيث يعرف Social Capital على أنه: " قدرة الناس على العمل معاً لتحقيق الأهداف المشتركة في المجموعات والمؤسسات..." (Fukuyama, 1995, p : 10)، في حين يرى Woolcock أن رأس المال الاجتماعي: هو "المعلومات، الثقة ومعايير المعاملة بالمثل الكامنة في الشبكة الاجتماعية للفرد (Woolcock, 1998, p : 153)

في كتابه Bowling alone يرى Putnam أن رأس المال الاجتماعي هو الاتصالات الكامنة بين الأفراد والشبكات الاجتماعية ومعايير التبادل والمعاملة بالمثل والجدارة بالثقة التي تنتج عنها ويشير إلى أن:

" لب فكرة رأس المال الاجتماعي هي أن للشبكات الاجتماعية قيمة وأهمية... و أن الاتصالات الاجتماعية تؤثر على مردودية الأفراد والجماعات"

(Putnam, 2000, pp : 18-19)

ويعرّف كل من Nahapiet and Ghoshal رأس المال الاجتماعي على أنه:

« *The sum of actual and potential resources embedded within, available through, and derived from network of relationships possessed by an individual or social unit*»

(Nahapiet and Ghoshal, 1998, p: 243)

● نقصد برأس المال الاجتماعي في هذا البحث تلك الموارد الايجابية التي يتحصّل عليها الفرد من خلال الدوافع التي توجهه لاستخدام ميزات معينة ضمن موقع فايسبوك ونتيجة تفاعله مع غيره من المستخدمين بحيث تمثل الثقة الاجتماعية البعد العلاقتي لرأس المال الاجتماعي في حين يمثل الرضا عن الحياة وتقدير الذات البعدين الذاتيين الداخليين له.

تقدير الذات : Self-esteem

“If there were ever a magic bullet that could transform a young person’s life it would be a pill coated with self-esteem. This powerful yet fragile quality is the key to the future for a teenager” (Katz, 2000)

أغدق الباحثون الكثير من الاهتمام على مفهوم "تقدير الذات" ضمن ميدان العلوم الانسانية في المدة الاخيرة، وقد قابل انشغال الاكاديميين والدكاترة والاحصائيين النفسيين...، انشغال آخر يعبر عنه الافراد في حياتهم اليومية، بحيث يتطرقون الى المفهوم للإشارة بشكل واضح للصعوبات التي تقابلهم أو لإخفاقات الآخرين. مع ذلك، ومع مرور الوقت، تغيرت استخدامات المفهوم وتطورت دلالاته، بحيث يؤكد الباحثين أن الكلام عن "تقدير الذات" في الحياة اليومية يستدعي اللجوء للتفسيرات النفسية، بحيث يتم ربطه بالصحة النفسية، الدوافع، الهوية الشخصية...ولعل الميزة الأكثر لفتا للانتباه والمرتبطة بالاستخدام المعاصر للمفهوم هي فكرة ان "تقدير الذات" يشكل مورد مهم بالنسبة للأفراد والمجتمعات، وتساهم في تحصين -خاصة الفئات الشابة- من الامراض الاجتماعية (Nicholas Emler, 2001, p :2).

في نفس الاتجاه، يرى عدد من الباحثين بأن النقاشات التي تمت حول "تقدير الذات" كلها ترجع للتعريف البسيط والأنيق الذي قدمه William James في مؤلفه مبادئ حول علم النفس principles of Psychology (1890):

“Self-esteem is success divided by pretensions” (Ibid, 2001, p: 4)

يرشدنا عدد من الباحثون لحقيقة أن "تقدير الذات" هو الكيفية التي يقدر بها الفرد نفسه، وهو الكيفية التي يدرك بها قيمته بالنسبة للعالم والآخرين، بحيث يؤثر "تقدير الذات" على ثقتنا في الآخرين، وعلاقاتنا، عملنا، كما يتخلل تقريبا كل جزء من حياتنا، ويرى Valkenburg, Peter & Schouten, 2006:

“Adolescents’ evaluation of their self-worth or satisfaction with three dimensions of their selves: physical appearance, romantic attractiveness and the ability to form and maintain close friendships” (Schwartz, 2012, p: 28)

فتقدير الذات الايجابي يزود الفرد بالقوة والمرونة وتولي مسؤوليات الحياة دون الخوف من الرفض أو الصد، أما تقدير الذات المنخفض Low self-esteem فهي حالة وهن تمنع الافراد من تحقيق كامل امكاناتهم يشعر الفرد من خلالها انه دون قيمة، عاجز، وغير كفيء.

يُعتبر تقدير الذات أحد المكونات الأساسية لنموذج عمل الذات ويعتقد أنه يتشكل الى حد بعيد من خلال سياق علاقات التعلق بالغير attachment relationships (Gomez & McLaren, 2007; Laible, Carlo, & Roesch, 2004; Burk & Burkhart, 2003; Jacobs, Bleeker, & Constantino, 2003; Muris, Meesters, & van den Berg, 2003; Simons, Paternite, & Shore, 2001; O’Koon, 1997) ويؤكد :Young

“The term “self-esteem” refers to a person’s global sense of self, which includes perceptions of competence, self-worth, self image, self-efficacy, and other aspects of the self-concept” (Young, 2013, p: 28)

بحيث أنه هناك تأكيد واسع لفكرة أن تقدير الذات يشكل عنصرا أساسيا للصحة النفسية، وهو عامل وقائي ضد طائفة واسعة من النتائج السلبية (Veselska et al., 2009) فتقدير الذات العالي يمنح الفرد قدرة أكبر على التعامل مع الاجهاد ويعتبر حاجز ضد القلق والآثار السيئة على صحة الفرد.

- نقصد بتقدير الذات في هذا البحث، ذلك التقييم والتقدير الذي يقدمه الفرد لذاته، يساعده في ادراك قيمته بالنسبة للآخرين، ويشكل جزءاً مهماً من حياته النفسية والاجتماعية، وذلك في ارتباطه باستخدام موقع فايسبوك.

العامل (تقدير الذات)	أمثلة على البنود (المؤشرات)
	أشعر أنني أملك عدداً من الخصال الجيدة
	أشعر أنني لا أملك الشيء الكثير الذي يجعلني افتخر به
	عموماً، أنا راض عن ذاتي

الرضا عن الحياة: Life Satisfaction

قدمت العديد من التعريفات لمفهوم "الرضا عن الحياة" في تخصصات عديدة و قد عرّفت على أنّها:

"تقييم شخصي وذاتي عام يقدمه الفرد تعبيراً منه لمدى ايجائيه حياته ككل أو في مجال

معين كالحياة العائليه، مكان العمل المدرسه...". (Scott and Shannon, 2003, p : 3)

ورضا الفرد عن حياته يعتمد على مقارنة ظروفه وأحواله بالمستوى الذي يعتقد أنّه مناسب له وهذا المستوى يقرّره الفرد لنفسه، أي أنّه احساس داخلي بالنسبة له يظهر في سلوكه واستجاباته، كما يقصد بالرضا عن الحياة كذلك تقييم الفرد لنوعيّة الحياة التي يعيشها طبقاً لنسقه القيمي، كما أن الأحكام الصادرة عن الارتياح تعتمد على المقارنة بين ظروفه مع ما يعتقد أنه معيار مناسب. قدّم كل من shin and johnson تعريفاً للرضا عن الحياة هو كالآتي :

“Life satisfaction is a global assessment of a person’s quality of life according to his chosen criteria”

(Diener, Robert, 1985, p : 01)

ويرى عدد من الباحثون أن "الرضا عن الحياة" يعدُّ مؤشراً لنوعية الحياة وتعكس تقييم عام لمحيط الفرد، وهذا التقييم قد يكون ايجابي أو سلبي (Scheugle and Shah, 2000, p : 107)، ويعادل باحثون آخرون الرضا عن الحياة مع السعادة الشخصية أو الاطمئنان الشخصي، ومن هذه الزاوية، يعبر Inglehart على ذلك بقوله:

"Life satisfaction, happiness, interpersonal trust...all tends to go together in a cultural cluster..." (Inglehart, 2000, p : 43).

- نقصد بالرضا عن الحياة في هذا البحث، ذلك التقييم الذاتي الذي يعطيه المستخدم لحياته وارتباط ذلك باستخدامه لموقع فايسبوك.

العامل (الرضا عن الحياة)	أمثلة على البنود (المؤشرات)
	أغلب مسارات حياتي تقترب من أن تكون مثالية
	حتى الآن، تحصّلت على الأشياء الهامة التي أريدها في الحياة
	أنا راض عن حياتي

Social Trust الثقة الاجتماعية

يعرّف قاموس Oxford English Dictionary الثقة على أنّها:

"Confidence in or reliance on some quality or attributes of
a Person or thing, or the Truth of a statement..."

(Stephenson, 2004, p: 22)

يُعتبر مفهوم "الثقة الاجتماعية" مفهوماً متعدّداً التخصصات يصعب إيجاد تعريف مجمع عليه، ولهذا فقد تم دراسة الثقة في ميدان علم الاجتماع، علم النفس، الاقتصاد، السلوك التنظيمي ومؤخراً في علم الحاسوب والانترنت.

يُحاجج عدد من الباحثون بأن الثقة تشمل عدّة بنيات مختلفة مثل: الأخلاق والقيم والمواقف الطبيعية... (Kasper, Fuehrer and Ashkanasy, 2001, p : 237) ، لكن هناك شبه اتفاق بين الدارسون بأن الثقة ظاهرة نفسية/عقلية (mental) تحدث ضمن سياقات اجتماعية، بحيث تنبني الثقة الاجتماعية على نموذج نفسي/عقلي من العناصر الإدراكية والعاطفية، والتي تؤدي إلى درجة فردية من الاعتقاد (الإيمان) بالفاعلين، هذه المعتقدات والتوقعات تؤدي بالمقابل إلى درجة من الاستعداد والرغبة (Stephan ten kate, 2009, p : 9-10)

وقد أشار عدد من الباحثون إلى الثقة بوصفها مركّب أساسي وبعدها لا يمكن تفاديته في التفاعل الاجتماعي كما يرون أنه لا يمكن الفصل بين الثقة والسياق لأننا نجد الثقة ضمن سياقات مختلفة (مع العائلة، الأصدقاء، الزملاء...)، ويرى Fukuyama :

"أن وجود درجة عالية من الثقة بين الأفراد داخل أي مجتمع تشكّل قاعدة متينة لتراكم

رأس المال الاجتماعي" (Fukuyama, 1995, p : 57)

ويرى كل من Nahapiet and Ghoshal أن الثقة الاجتماعية تشكّل جانباً أساسياً في البعد العلاقائي لرأس المال الاجتماعي، بحيث تشير الثقة إلى استعداد الفرد لتعرض نفسه لطرف آخر، أمّا نتيجة لإيمانه بحسن نية الطرف الآخر أو بقدرته وكفاءته وموثوقيته أو تصورات المنفتحة (Nahapiet, 1998, p : 230).

- نعي بالثقة الاجتماعية في هذه البحث، اعتقاد الفرد بشأن كيفية تصرف فاعلين اجتماعيين آخرين في مناسبات مستقبلية، وذلك من خلال استخدامه لموقع فايسبوك.

العامل (الثقة الاجتماعية)	أمثلة على البنود (المؤشرات)
	بشكل عام، هل يمكنك القول أن الناس يمكن الوثوق فيهم
	يحاول الناس أن يكونوا عادلين
	يراعي الناس مصالحهم الشخصية فقط

الفصل الثاني:

مراجعة الأدبيات السابقة و الاطار النظري للبحث

I- بناء رأس المال الاجتماعي: بين تجاذبات الواقع وتفاعلات العالم الافتراضي

“When you want to escape from the world as it is, you can be a musician, or a philosopher, or mathematician. But how can you escape it as a sociologist? Some people manage to. You just have to write some mathematical formulae, go through a few game-theory exercises, a bit of computer simulation. To be able to see and describe the world as it is, you have to be ready to be always dealing with things that are complicated, confused, impure, uncertain, all of which runs counter to the usual idea of intellectual rigour.”

Pierre Bourdieu (1991:259)

تمهيد:

جذب رأس المال الاجتماعي Social Capital سواء كمفهوم أو كمنظية المفكرين والباحثين في العقدين الأخيرين، وأصبح أحد المفاهيم البارزة في العلوم الانسانية، وقد رجع هذا الاهتمام للفهم المشترك للمفهوم باعتباره عنصرا اجتماعيا يلتقط جوهر العديد من المفاهيم السوسولوجية كالدعم الاجتماعي، الاندماج الاجتماعي، التماسك الاجتماعي، وحتى المعايير والقيم... ويتقاسم مع رأس المال البشري Human Capital نفس جانب الفائدة والحصيلة الايجابية للفرد والمجتمع، ويستخدم كمفهوم شامل Umbrella term يمكن فهمه وتنقله بسهولة بين الميادين البحثية المختلفة، نتج عن ذلك تعدد وجهات النظر والتعريفات والطروحات النظرية، يرى البعض أنها ايجابية، في حين يعارض البعض الآخر بشدة ويقترح طرح منظور ومنهجية مشتركة ودراسات برامجية تنقذ المفهوم من أن يصبح موضحة أو صحيحة تأتي وتذهب في العلوم والعلوم الانسانية، ويتم التخلي عنها في نهاية المطاف لافتقارها لميزات محددة ومساهمات نافعة للمعارف العلمية، هذا ما جعل الباحثين يطرحون اشكالية حول المفهوم لمعرفة ان كان مجرد صحيحة، أو انه يملك تلك الصفات الدائمة التي من شأنها ان تبشر بمؤسسة فكرية جديدة، ومنه يكون الغرض من هذا الفصل التطرق أولا لكل من مفاهيم رأس المال البشري والثقافي والرمزي أولا لتمييزهم عن رأس المال الاجتماعي وتحديد حدود التقاطع بينها ثم التطرق لرأس المال الاجتماعي كما تمت مناقشته في الأدبيات وتحديد مختلف الخلافات والحوارات التي تركزت حوله كمفهوم ضمن التخصصات العلمية المختلفة بما يخدم أهداف بحثنا.

1- رأس المال الاجتماعي والرساميل الأخرى:

• رأس المال البشري: Human Capital

“The most valuable of all capital is that invested in human beings” Alfred Marshall, principles of Economics

يرى عدد من الباحثين أن أصل رأس المال البشري Human Capital يعود إلى ظهور الاقتصاد الكلاسيكي عام 1776، ليتطور بعد ذلك ليصبح نظرية علمية، وقد اعترف Schultz (1961) برأس المال البشري باعتباره واحدا من العوامل المهمة لنمو الاقتصاد الوطني ضمن الاقتصاد الحديث، ويعني بشكل عام المزيج بين البشر ورأس المال mixture of human and capital، فمن وجهة النظر الاقتصادية، يعتبر الانسان المسؤول عن كل الأنشطة الاقتصادية كالإنتاج والاستهلاك والتعاملات ومع نشوء وتطور المفهوم كحقل أكاديمي قائم بذاته، حاول بعض الباحثين بتوسع توضيح كيف يساهم رأس المال البشري في التنمية الاجتماعية والسياسية والحريات، بحيث أصبح مفهوم مألوف يستخدم يوميا في النقاشات العامة، وجملة مفضلة عند السياسيين - في الغرب - الذين يستخدمونه للتشديد على أهمية تطوير ونشر المعارف الجديدة للحفاظ على مستوى عالي من الرفاهية.

تعرض Adam Smith أب علم الاقتصاد وفكر في رأس المال Capital باعتباره كل ما يتضمن القدرات الانتاجية للشعب في دولة معينة (Inkeles, 2001, p 19)، وقد تركز انتباه الباحثين في تحليلاتهم الاقتصادية لمدة طويلة على المادة أو رأس المال المادي material Capital، فقد عارض Albert Marshall وغيره من الباحثين فكرة ادخال مفهوم رأس المال البشري Human Capital ضمن المفهوم العام، وقاوم الرؤية التي تفترض أن الصفات الانسانية والقدرات المكتسبة يحتل أن تنشئ تيارات الدخل أو أن تساهم في النمو الاقتصادي.

قام Theodore W.Schultz سنة 1968 بتقديم خمسة تحيزات عرفها الفكر الاقتصادي التقليدي عرقلت قدرته على اعطاء الانتباه والوزن الكافي لدور رأس المال البشري في الحياة الاقتصادية، وكان نتيجة لمجوده وغيره من

الباحثين أن استرجع المفهوم مكانته المركزية في التحليلات والدراسات المرتبطة بالاقتصاديات العالمية في العقود الثلاثة الاخيرة... بالإضافة الى الجهود العميقة والواسعة لقياس كل من مدخلات رأس المال البشري والمساهمات التي قدمها للدخل الفردي والجماعي والتنمية الاقتصادية، وتؤكد الاعتراف المتنامي برأس المال البشري مع قيام الموسوعة العالمية للعلوم الانسانية The International Encyclopedia of the Social Sciences سنة 1968 بإدراج مقال عن المفهوم بنفس المساحة التي قدمت للمقال العام المرتبط برأس المال Capital. (Ibid, p 20)

ظهرت نظرية رأس المال البشري نتيجة للتساؤلات التي طرحت ضمن نظرية النمو la théorie de la croissance بحيث اتضح أن كل من عاملي رأس المال والعمل غير كافيان لحساب نمو الناتج المحلي الاجمالي داخل أية دولة، وقد خلص Edward Denison أثناء تركيزه على دراسة نمو الولايات المتحدة الأمريكية أن زيادة العمل ورأس المال يفسران نصف معدل النمو المتحصل عليه في أحسن الأحوال (Perruchet, 2006, p35)، لذلك، كان من الضروري إعادة النظر في التحليلات النيوكلاسيكية للنمو الاقتصادي والاهتمام أكثر بدور التعليم، وتحسين العمل وبالتالي الانتاجية الشيء الذي ساعد في تفسير الجزء المتبقي من النمو الذي بقي غير مبررا في الدراسات السابقة، ومنه تم نحت مفهوم رأس المال البشري قياسا برأس المال المادي physique للإشارة لمعارف العمال التي تشكل مورد يمكن الاستثمار فيه، وقد قدم Nakamura تعريفا واسعا لرأس المال البشري على أنه:

« *Labor skills, managerial skills, and entrepreneurial and innovative abilities-plus such physical attributes as health and strength* » (Nakamura, 1981, p265)

هناك تصنيفات عديدة لرأس المال البشري قدمتها مجالات أكاديمية متنوعة، وتستند أول وجهة نظر على الجوانب الفردية، فيرى Schultz أنه "شيء يفترب للملكية" يناهض مفهوم اليد العاملة في المنظور الكلاسيكي، بحيث تم تصور القدرة الانتاجية للبشر كأكثر بكثير من جميع الأشكال الأخرى للثروة مجتمعة، وقد اعترف عدد من الباحثين بأفكار Schultz وأوضحوا أن رأس المال البشري يرتبط ارتباطا وثيقا بالمعارف والمهارات والتعليم

والقدرات... بحيث يرى Rastogi أن رأس المال البشري هو: "المعرفة، الكفاءة، والموقف والسلوك المترسخ في كل فرد" (Kwon, 2009, p 4).

ترتكز وجهة النظر الثانية حول رأس المال البشري باعتباره المعرفة والمهارات التي يتحصل عليها الأفراد نتيجة الأنشطة التعليمية، كالتعليم الإلزامي والجامعي والتكوين المهني، وعلى الرغم من امتداد وجهة النظر هذه أو هذا المفهوم حول رأس المال البشري، إلا أنه يهمل امكانية اكتساب الفرد للمعارف والمهارات عن طريق التجارب الشخصية في الحياة وخارج المؤسسات.

ترتبط وجهة النظر الثالثة حول رأس المال البشري بمنظور الإنتاج الموجه، بحيث يرى Romer أن رأس المال البشري هو "مصدر أساسي للإنتاج الاقتصادي" (Romer, 1990, p71)، كما يشير المفهوم كذلك للاستثمار الذي يقوم به الافراد في أنفسهم أو ذواتهم لزيادة انتاجهم، واعتبر كل من Frank & Bernanke أن رأس المال البشري هو:

"An amalgam of factors such as education, experience, training, intelligence, energy, work habits, trustworthiness, and initiative that affect the value of worker's marginal product"

(Frank & Bernanke, 2007, p13)

ويتطلب تحصيل هذه العوامل المذكورة جهدا مضنيا ووقتا طويلا يتخلل حياة الفرد بأكملها، لكن تأثيرها مستديم لأنها مصاحبة لحياة الفرد ولصيقة بها وفائدتها تعم الفرد والمجتمع، بحيث يتم تصور رأس المال البشري ليس كسلعة معرضة للاستهلاك، وإنما كاستثمار يؤدي الى دخل أعلى مستقبلا بحيث تتوقع نظرية رأس المال البشري أنه كلما طالت مدة الاستثمار في التعليم زمنيا كلما كان المردود أعلى، بحيث يرتبط توزيع الدخل ايجابيا بمستوى التعليم.

يجادل Becker ويؤكد على التعليم والتدريب Education and Training باعتبارها استثمارين مهمين في رأس المال البشري (Becker, 1993, p 17)، بحيث أشار لدورها في رفع إيرادات الأفراد داخل المجتمع فوق المعدل المتوسط، وقد أكدت العديد من الدراسات على هذه العلاقة الشيء الذي دفع الحكومات الى تشجيع التعليم والتدريب أثناء العمل لاكتساب المهارات ولتحقيق أحسن النتائج كما تشير الدراسات لدور العائلة وتأثيرها في معارف ومهارات وقيم وعادات الأطفال، فالآباء المتعاطفين يساعدون في تحفيز أبنائهم ويحظرونهم لمراحل التعليم المختلفة.

يتضمن رأس المال البشري (Kwon, 2009, p 5) مجموعة من الخصائص أهمها أنه "قابل للتوسع" expandible ويملك القدرة على "التوليد ذاتيا" self-generating ، بحيث ترتبط كلا الميزتين بالرصيد المعرفي الذي يرفع رأس المال البشري لدى الأفراد، أكثر من ذلك، فإن الزيادة في رأس المال البشري يمكن أن تتوسع إما عن طريق عوامل داخلية أو خارجية، فاستمرار توليد المعرفة وتطورها ممكن من خلال العلاقة بين المعرفة الخارجية، المهارات، الخبرات وغيرها من العوامل القائمة على المعرفة كذلك، أما خاصية "النقل" transportable و"القابلية للمشاركة" shareable اللتان تميزان رأس المال البشري، فتعني أن حامل المعرفة الأصلي قادر على توزيعها ومشاركتها على غيره من الأفراد حتى يسهل استغلالها والاستفادة منها وتطويرها أكثر فأكثر على مدار السنوات ومنه نلاحظ أن الخاصيتين السابقتين تعلمان على تمديد حجم رأس المال البشري، في حين تعمل الأخيرتين على توسيع نطاقه.

أشار Coleman الى أن رأس المال المادي physical capital يتكون من خلال التغيير في المواد لتشكيل أدوات تسهل عملية الإنتاج (Coleman, 1988, p7)، وينشأ رأس المال البشري من خلال التغييرات في البشر، أي عن طريق المهارات والقدرات التي تجعلهم يضاعفون من درايتهم بمجال عملهم وقدرتهم على التصرف بطرق جديدة، في حين ينتج رأس المال الاجتماعي Social Capital عن طريق تغير العلاقات بين الأفراد لتسهيل الفعل Action ويمكن ملاحظة ارتباط رأس المال المادي بكل ما هو ملموس أو محسوس Tangible يتجسد في شكل المواد الممكن ملاحظتها، أما رأس المال البشري فيظهر أقل مادية Less Tangible يتضمن المهارات والمعارف التي يحصلها الفرد، في حين ينزع رأس المال الاجتماعي لكل ما هو غير ملموس Intangible يستقر في العلاقات والروابط التي تجمع البشر فيما بينهم، بحيث يشترك الأشكال الثلاثة لرأس المال في كونهم يسهلون الأنشطة المنتجة لدى الأفراد، ونجد أن امكانية تقاطع وتماس كل من رأس المال البشري والاجتماعي واردة جدا خاصة في حالات

تبادل المعارف والمهارات التي تتطلب مستويات عالية من الثقة والخضوع لمعايير التبادل بحيث يسهل كل واحد منها وجود الآخر ويتكاملان بشكل مستمر في سبيل تسهيل حياة الجنس البشري.

يؤدي رأس المال الاجتماعي المتواجد في كل من العائلة والمجتمع دورا بالغ الأهمية في توليد وتراكم رأس المال البشري، بحيث يتم النظر للعائلة أو family background وتحليلها ليس كوحدة واحدة وإنما بالتركيز على مكونات ثلاثة مختلفة هي: رأس مال التمويل Financial Capital ورأس المال البشري Human Capital وأخيرا رأس المال الاجتماعي. يتم قياس رأس مال التمويل بثروة العائلة أو دخلها، بحيث توفر الموارد الملموسة أو المادية التي تساعد على تحقيق الأهداف كمكان قار للدراسة داخل البيت أو أدوات للتحصيل العلمي... الخ، ويقاس رأس المال البشري بمستوى تعليم الأبوبين والقدرات الممنوحة من أجل المحيط الإدراكي للطفل والتي تساعده على التعلم، أما رأس المال الاجتماعي فيختلف عن الاثنين، وقد قدم Coleman مثالين يوضح من خلالهما أهمية رأس المال الاجتماعي ضمن العائلة، (Coleman, 1988, p17) فذكر كيف أن الوقت والجهد الذي خصصه والد John Stuart Mill لتعليم ابنه اللغات ومناقشته النقدية له حول أعمال Jeremy Bentham وغيرها من المسائل الثقافية ساهمت في نبوغه وتفوقه على أقرانه رغم أن مستوى والده لم يكن أعلى من مستوى الآباء الآخرين في تلك الفترة من الزمن. ذكر الباحث مثلا ثانيا حول مدرسة عمومية في أمريكا، تلزم الأولياء بأن يشتروا النصوص لأبنائهم، وقد انتبعت إدارة المدرسة لحقيقة أن عددا من الأسر الآسيوية المهاجرة تشتري نسختين من كل كتاب يحتاجها الطفل، وكشف التحقيق أن النسخة الثانية موجهة للأمم حتى تساعد ولدها في الدراسة.

شكلت هذه الحالتين دليلا على أن رأس المال الاجتماعي داخل العائلة عالي إذا ما قورن برأس المال البشري الذي تحدده عادة سنوات دراسة الوالدين، بحيث لا يمكن انكار تأثير الأبناء برأس المال البشري لأوليائهم لكنهم بحاجة لوجود الآباء فيزيقيا في حياتهم بالإضافة للانتباه الذي يولونه لهم ونسج علاقات وتفاعلات داخل العائلة في كافة المراحل، فعن طريقها ينفذون أيضا لرأس المال البشري لأبائهم، فالغياب الفيزيقي أو المعنوي (عدم الاهتمام، الإهمال...) يمثل خلل بنوي structural deficiency.

• رأس المال الثقافي: Cultural Capital

تشير نظرية رأس المال الثقافي Cultural Capital Theory فكرة مهمة مفادها أن الأفراد والجماعات والطبقات classes ضمن المجتمع هم في تنافس مع بعضهم البعض على كل شيء يقدرون أنه جدير بالاهتمام ويستحق الجهد، هذا التنافس يؤدي بالضرورة الى تفاوت الاستفادة من الشيء المتنافس عليه نتيجة عدم العدل في توزيع الموارد القيمة للمجتمع. يجادل منظري رأس المال الثقافي (Bernstein, 1982 ; Bourdieu& Passeron, 1977 ; Wexler, 1982) أن أشكال التعليم والممارسات في المجتمعات الرأسمالية تركز على العلاقات الاقتصادية في مجال الانتاج وبالتالي فهي تهدف لجعل اللامساواة الاجتماعية مشروعة بدل الحد منها، فالسبب وراء اختلاف التحصيل الأكاديمي يرجع أساسا لنمط المعرفة المقدمة في المدارس التي يرى منظري رأس المال الثقافي أنها غير محايدة ولا تنضوي على مجموعة من القواعد المعيارية، وترتبط بالهيمنة الايديولوجية للجماعات القوية في المجتمع.

طبق الاطار النظري لرأس المال الثقافي لـ Pierre Bourdieu لدراسة التعليم، اللغة، العلوم والفنون وشكل جانبنا في غاية الأهمية في الدراسات السوسيولوجية التي تركز على كيف؟ ولماذا؟ تؤثر الوضعية الاجتماعية في التحصيل الدراسي والمستويات المهنية، أو ما تعرف كذلك بأدبيات إعادة الانتاج الاجتماعي social reproduction، فلاهتمام الأساسي الذي ارتكزت عليه كل هذه الدراسات هو العلاقات بين الطبقة، السلطة، والثقافة التي يرى Bourdieu أنها أساسية للطبقات الاجتماعية وعدم المساواة بين الأجيال:

“Different classes and class fractions are engaged in a specifically symbolic struggle to impose the definition of the social most conformity with their interests...” (Gao, 2011, p: 8)

يرى Bourdieu أن رأس المال الثقافي هو كفاءة في الرموز المهيمنة للمجتمع والممارسات التي من خلالها تترجم أرضية اللامساواة الاجتماعية الى مفاضلة في الشهادات العلمية والتي تؤدي بدورها الى عدم التكافؤ في العائدات الاجتماعية والاقتصادية.

يرجع مفهوم رأس المال الثقافي Cultural Capital لأعمال Bourdieu المتعلقة بدinamيكيات الانقسامات الاجتماعية في المجتمعات المعاصرة وعلاقتها المتبادلة مع تشكيل أنماط الحياة، ففي الوقت الذي حاولت التحليلات السابقة للطبقة Class تصوير المجتمع كتسلسل هرمي ذو بعد واحد، دفع Bourdieu بفكرة ما اسماه الفضاء الاجتماعي الذي يحدث قطيعة مع التمثلات التقليدية للتدرج الاجتماعي القائمة على النظرة الهرمية للمجتمع، حيث تعمل الموارد الاقتصادية وغير الاقتصادية مع بعضها أو ضد بعضها لتشكيل المجموعات الاجتماعية، وأشار لوظيفة الموارد غير الاقتصادية -التي يدعوها رأس المال الثقافي- في كيفية حصول المجموعات الاجتماعية وكسبها للمكانة والانغماس في ممارسات الهيمنة والإقصاء، فالموارد التي يسيطرون عليها تولد لهم مجموعة فوائد Profits تسمح لهم بالاحتكار والمحافظة على وضعيتهم المهيمنة اتجاه الطبقات الأخرى وتمير إنجازاتهم للجيل القادم إن توفرت الظروف الملائمة.

ارتكز عمل Bourdieu وزملائه على دراسة نظام التعليم ودوره في إعادة إنتاج اللامساواة الاجتماعية بحيث استخدموا رأس المال الثقافي كمفهوم مفتاحي لتوضيح أن التلاميذ ذوي الأصل الاجتماعي الجيد والمعزز يتلقون معارف وسلوكات داخل عائلاتهم يتم تقديرها واستحسانها في المدرسة وتعتبر ذات قيمة، فاستفادتهم من هذا التراث الثقافي يسهل كثيرا نجاحهم في المدرسة، ومنه فإن انتقال عدم المساواة ضمن الأجيال المتعاقبة تصبح مضمونة نتيجة آلية mécanisme أكثر دهاء من مجرد انتقال الثروة المادية، فقد تعلق الأمر بمشكل إمبريقي مفاده أن العقبات الاقتصادية ليست كافية لشرح التفاوت في التحصيل العلمي للأطفال من مختلف الطبقات الاجتماعية، بحيث يقترح Bourdieu تجاوز العوامل الاقتصادية، ويرى أن العادات الثقافية والاستعدادات الموروثة من العائلة هي أساسية للنجاح المدرسي،

« Les enfants d'origine favorisée ont une proximité plus grande avec la culture scolaire. Ils lisent des livres, vont au musée, au concert...ils acquièrent, au sein même de leur famille, un langage, une façon de s'exprimer qui sont ceux attendus par l'institution scolaire » (Perruchet, 2006, p77)

على خلاف ذلك، يفرض على الأطفال الذين ينحدرون من الأصول الاجتماعية المحرومة لغة لم يألفوها في منازلهم وليست هي التي يمارسونها، بحيث تطالبهم المدرسة وتفرض عليهم ممارسات ثقافية لا توفرها لهم أصلاً، وتنتظر منهم بالمقابل معارف لم تسلمهم حتى مفتاح الوصول إليها، هذه الوضعية تدفع التلاميذ إلى الفشل في بلوغ مستويات أعلى ضمن النظام التعليمي بحجة عدم كفاية الأداء أو حتى يُقصون أنفسهم مباشرة، وتحت غطاء تكافؤ الفرص، تعمل المدرسة وتضمن إعادة إنتاج الطبقة الاجتماعية المهيمنة بشكل فعال جداً.

استخدم رأس المال الثقافي كمفهوم مفتاحي ضمن عمل Bourdieu and Passeron بعنوان *Reproduction* بحيث يشير المفهوم لمعايير التقييم التي تفرضها المدارس على كل التلاميذ ويمثل لها المحضوضين منهم، فالمدرسة لا تقدم للتلاميذ المعارف الجديدة فقط بل تقوم بالمصادقة سلفاً على أشكال المعارف التي تحصل عليها المحضوضين ثقافياً وذلك بإعطائهم أعلى العلامات كمكافئة على ثقافتهم الطبيعية *cultivated naturalness* بحيث تتجاهل المدرسة نمط المعارف التي تقدمها بحجة أنها أكاديمية. يتسم فكر Bourdieu بازواجية (Robbins, 2005, p3) بين ما يمكن أن نسميه الثقافة الطبيعية، العائلية، المنزلية أو الثقافة التقليدية من جهة، والثقافة الاصطناعية *artificial* المكتسبة أو ثقافة العامة من جهة أخرى، وقد تعززت هذه الأزواجية مؤسسياً ضمن الثقافة الإقليمية والمحلية أو ثقافة السكان الأصليين والمدن الكبرى، أو بمعنى أوسع ازدواجية بين عالم الحياة *life-world* وعالم النظام *system-world*.

ارتبط اهتمام Bourdieu بتلاقي ثقافات الأفراد بدل الثقافات في حد ذاتها، بحيث حاول فهم إلى أي مدى تحدد الأذواق الثقافية بيولوجياً أو إلى أي مدى يرث الأفراد ثقافة طبيعية تحدد اختياراتهم فيما يخص مواد أو رموز الثقافة المصطنعة، وكيف تنتشر هذه الثقافة من طرف الأفراد لإدارة تكيفاتهم الثقافية *Cultural adaptations*، بحيث يعتبر العمل الذي أنجزه Bourdieu في الجزائر في غاية الأهمية أين اعترف بدور الاحتلال الفرنسي في إجبار القبائل الريفية والبدوية على تغيير توجهاتهم وسلوكياتهم من أجل التأقلم مع الحياة في الجزائر العاصمة.

أشار كل من Bourdieu and Passeron إلى أن الوضعية الاجتماعية ليست اجتماعية في جوهرها وإنما سياق مستمر من الثقافات الوجداني *constant accultural affectivity*، تذبذب مستمر بين الثقافات الطبيعية والمكتسبة ضمن الأجيال وبينها كذلك، حيث تلتقي ثقافة الفرد الطبيعية ثقافة الآخر المكتسبة والعكس، فيظهر جلياً أن الاقصاء الاجتماعي هو عملية مستمرة، ويتضح أنه لا توجد ثقافة واحدة برأس مال معين يكتسبها

المحرومون اجتماعياً، فرأس المال الثقافي لا يتوفر على قيمة مطلقة قابلة للتكميم، وإنما ينطوي على قيمة في التبادل، (Robbins, 2005, p11) وعملية التبادل هي في الحقيقة كفاح اجتماعي بقدر ما هي كفاح القيم الثقافية كذلك.

من هذا المنطلق، يميز Bourdieu في مقاله المعنونة بـ « forms of Cultural Capital » بين ثلاثة أشكال من رأس المال الثقافي:

رأس المال الثقافي في الحالة المدمجة embodied/incorporé :

هي الحالة الأساسية لرأس المال الثقافي، تشمل الاستعدادات العقلية والجسدية طويلة الأمد، الاستعداد كذلك لتقدير وفهم السلع الثقافية Cultural goods من خلال غرس متعمد، فيرى Bourdieu أن رأس المال الثقافي في حالته المدمجة لا يمكن نقله فوراً من جيل إلى جيل، أو من فرد إلى فرد،

« *L'accumulation de capital culturel exige une incorporation qui, en tant qu'elle suppose un travail d'inculcation et d'assimilation, coûte du temps et du temps qui doit être investi personnellement par l'investisseur...* » (Bourdieu, 1979, p : 4)

عوضاً عن ذلك، يستطيع الفرد كسب بعض الأذواق والسلوكيات عن طريق الغرس والاستيعاب فعملية كسب القدرة على تقدير السلع الثقافية ترتبط برأس المال الثقافي المدمج والمتضمن في عائلة الفرد، أكثر من ذلك، فإن عملية نقل رأس المال الثقافي في حالته المدمجة يحدث بشكل متخفي إذا ما قارناه بالرساميل الأخرى كالاقتصادي مثلاً، وبالتالي فإن الدور الذي يلعبه في إعادة إنتاج اللامساواة بين الأجيال يعد أقل وضوحاً.

رأس المال الثقافي في الحالة الموضوعية objectified :

كما تدل تسميته، فإن رأس المال الثقافي في هذا الشكل يشير لكل السلع الثقافية، ووسائل الاعلام وكل ما يشكل ثروة ثقافية من كتب ولوحات فنية وأدوات... الخ، بحيث توجد علاقة قوية بين رأس المال الثقافي في شكله الموضوعي والمدمج، فالاستعدادات التي يضمنها رأس المال الثقافي المدمج يعطي الامتياز لحامله للوصول والنفوذ لرأس المال في شكله الموضوعي، وبالمقابل، فإن الشيء الثقافي (الموضوعي) لا يتحول الى رأس مال فعلي إلا إذا امتلك حامله القدرة الثقافية لتقديره والاستحواذ عليه لممارسة السلطة وتحقيق فوائد من ورائه.

رأس المال الثقافي في الحالة المؤسسية institutionalized :

يشير لرأس المال الثقافي المثمن إجتماعيا، كالاتمادات الاكاديمية والشهادات التعليمية... فالمؤهلات التعليمية تجلب لحاملها فوائد اقتصادية (مرتب عالي) ورمزية (الهيبة المهنية)، بحيث يعمل الفرد على تحويل رأس ماله الثقافي إلى رأس مال اقتصادي أو رمزي.

يشير Bourdieu مسألة خصوصيات الأشكال الثلاثة لرأس المال الثقافي، بحيث يذكر خاصيتين أساسيتين هما القابلية للتحويل Convertible والقابلية للنقل Transmissible، فيرى أن كل أشكال رأس المال قابلة الى حد ما للتحويل، ويعترف Bourdieu انها توليفة من التحكم المؤسسي على أشكال رأس المال مع عمليات التحويل والنقل التي تعتبر مصيرية بالنسبة للطبقات المهيمنة من أجل الحفاظ على مكانتهم وتوسيع سيطرتهم على المجالات الاجتماعية أو Fields وبالتالي على اعادة الانتاج الاجتماعي. (Goldthorpe, 2007, p 5)

لاحظ Bourdieu في محطات مختلفة نقاط التقاء بين نقل رأس المال الثقافي والاقتصادي، لكنه أشار لنقاط اختلاف معبرة كذلك، فيرى أنهما يتشابهان من حيث أن عملية نقل كلاهما تعمل كميكانيزم اعادة الانتاج الاجتماعي mechanism of social reproduction من خلال وضمن العائلة، ويختلفان في كون أن نقل رأس المال الاقتصادي فوري عن طريق الهدايا مثلا...، أما نقل رأس المال الثقافي فيتم في فترة طويلة نسبيا من خلال ما

يطلق عليه عمليات التنشئة الاجتماعية Socialisation والتي يرى Bourdieu أنها أكثر أمنا وغير قابلة للرجوع أو الالغاء اذا ما قورنت بنقل رأس المال الاقتصادي.

• رأس المال الرمزي: Symbolic Capital

“The real function of the symbolic capital is to secure the reproduction of power relations and to facilitate the coordination of socioeconomic life” (Bourdieu 1977)

اقترح Bourdieu علم اجتماع قوة الرموز Sociology of Symbolic power الذي يتناول أهمية موضوع العلاقات بين الثقافة، البنية الاجتماعية، والفعل. ادى انشغاله ببحث الفلاحين الجزائريين وأساتذة وطلبة الجامعات، الكتاب والفنانين... وغيرها من الموضوعات الى بروز انشغال مركزي وأساسي ارتبط بفهم كيف أن النظم الاجتماعية الطبقية القائمة على التسلسل الهرمي والهيمنة تستمر وتعيد انتاج نفسها عبر الاجيال دون مقاومة ووعي واعتراف أعضائها؟ بحيث يشير Bourdieu الى أن الاجابة على هذه الاشكالية يمكن ايجادها من خلال الاطلاع على الكيفية التي تعمل من خلالها الموارد الثقافية، السيوروات، والمؤسسات على إشغال الأفراد والجماعات في تسلسلات هرمية وهيمنة تنافسية تعيد انتاج نفسها بنفسها، فيجادل بأن كل الرموز والممارسات الثقافية انطلاقا من الأذواق الفنية وأسلوب اللباس والعادات الغذائية وصولا الى الدين، العلوم والفلسفة وحتى اللغة في حد ذاتها كلها تنضوي على مصالح ووظيفة من أجل تعزيز الفوارق الاجتماعية، فالكفاح من أجل التمييز الاجتماعي أيا كان شكله الرمزي هو بعد أساسي للحياة الاجتماعية كلية.

في مقارنته للثقافة، طور Bourdieu اقتصادا سياسيا للممارسات وقوة الرموز التي تتضمن نظرية المصالح أو الفوائد الرمزية، نظرية رأس المال، ونظرية العنف الرمزي ورأس المال الرمزي. نظرية الفوائد الرمزية تعيد صياغة المفاهيم حول العلاقات بين الجوانب الرمزية والمادية للحياة الاجتماعية من خلال توسيع فكرة الفائدة الاقتصادية الى عالم الثقافة، بحيث يرى أنه توجد فوائد ومصالح رمزية كما توجد فوائد ومصالح مادية على حد سواء، فيعتبر

الثقافة شكلا من أشكال رأس المال تحكمه قوانين تراكم وتبادل وممارسة محددة. ممارسة السلطة تتطلب شرعية، لذلك اقترح Bourdieu نظرية العنف الرمزي ورأس المال التي تؤكد على الدور النشط الذي تلعبه الأشكال الرمزية باعتبارها موارد تعمل على تشكيل والمحافظة على بنيات السلطة، فالبرنامج البحثي الذي اقترحه جمع ما يسمى تقليديا بالاقتصادي (الماديات) وغير الاقتصادي (الرمزي) اللذان يبحث الفاعل (الفرد) عن تحقيقهما ويقوم بتبادلها لما تتوفر الشروط الملائمة.

اعتمد Bourdieu على المفهوم الذي استخدمه Weber المتمثل في الهيبة والشرعية Charisma and legitimacy من أجل تطوير نظرية قوة الرموز Symbolic power التي تؤكد على الدور النشط الذي تلعبه الفائدة الشخصية التي تتركز عليها كل الممارسات، خاصة تلك التي ترتبط بميدان الثقافة وهي غير المعترف بها misrecognized أو غير المدركة بمنطق عدم الإهتمام، فعدم الاعتراف يشكل مفهوم مفتاحي يقترب من فكرة الوعي الزائف False Consciousness في التقليد الماركسي والذي يشير للحرمان من المصالح الاقتصادية والسياسية الموجودة في مجموعة من الممارسات، فيجادل Bourdieu بأن الممارسات الرمزية تصرف الانتباه عن الصفة المهمة في الممارسة وبالتالي تساهم في جعلها غير ملاحظة (Swartz, 1997, p 43).

يرى Bourdieu أن رأس المال الرمزي Symbolic Capital هو عبارة عن رأس مال غير بارز صعب التعرف عليه، يخفي العلاقات المهمة الكامنة التي ترتبط بإعطاء الشرعية، وهو شكل من أشكال القوة التي لا يتم النظر إليها كقوة وإنما كطلب مشروع للاعتراف، للاختلاف، للامتثال أو خدمات الآخرين،

"Symbolic capital is form of power that is not perceived as power but as legitimate demands for recognition, deference, obedience, or the services of others " (Swartz, 1997, p 90)

رأس المال الرمزي هو إعادة تشكيل لفكرة charismatic authority التي تجعل علاقات القوة مشروعة بالتركيز وإبراز بعض الصفات الشخصية التي تميز النخب المتفوقة طبيعيا والتي تخولها لاعتلاء مكانة معينة، بحيث يعكس قوة رمزية لفرد أو جماعة يملكون سلطة، معرفة، سمعة، ودرجات علمية، كما يشير للشرف والهيبة، ويظهر في أفعال

وتصرفات بعض الفاعلين داخل المجتمع يعبرون من خلاله عن نيتهم وقدرتهم على البذل والتضحية من أجل الجماعة، يقومون بذلك لإنشاء ائتمان Credit لهم ضمن المجتمع، فيؤكد Bourdieu بهذا الصدد أنه يشكل دَينٌ ضمني implicit dept يحدثه الفاعل من خلال عطائه السخي والجحائي والشريف ويدعه يتراكم من خلال الآخرين، يستدعيه في وقت لاحق لتحقيق فوائد شخصية، يمارس باذله من خلاله ضغوطا اقتصادية واجتماعية وأخلاقية في أوسع السبل الممكنة لإرغام الغير على سداده في وقت معين (Bourdieu, 2000, p :208).

يرتبط رأس المال الرمزي كذلك بسمعة وقيمة الفرد من وجهة نظر الآخرين، فهذه القيمة والقوة التي تصاحب التقييم الذي يقدمه الآخرين تراكمت عبر مرور الزمن وتوالي التفاعلات بين الفاعلين الاجتماعيين في مناسبات مختلفة، بحيث يصف Bourdieu المفهوم على أنه،

“Being known and recognized and is more or less synonymous with: standing, good name, honour, fame, prestige and reputation” (Fuller and Yumio, 2006, p4)

ويشرح Bourdieu كذلك أنه يشير لأية ملكية، بمعنى أي شكل من أشكال رأس المال سواء كان فيزيقيا، اقتصاديا، ثقافيا أو اجتماعيا، عندما يعيها الفاعلين الاجتماعيين وتدفعهم بدورها لمعرفتها وإدراكها ما يؤهلهم لإعطائها قيمة، بحيث يعرف رأس المال الرمزي من خلال وظيفته كوسيط للقوة من خلال الهيبة، ويمكن أن يتركز على كل من رأس المال الاقتصادي، الاجتماعي أو الثقافي في عمليات متداخلة ومتمترجة ببعضها.

يعترف Bourdieu بأن رأس المال الرمزي قابل للتراكم شأنه شأن الرساميل الأخرى، ويرى أن ذلك يعد منطقيا انطلاقا من حقيقة قدرته على التحويل من شكل الى شكل بكل حرية بهدف الفوز بمزايا في شكل ثروة وقوة اضافية أو حلفاء؛ سواء كان في حالته الموضوعية أو الضمنية objectified or internalised فان رأس المال يحتاج وقتا طويلا من أجل التراكم، لكنه بمجرد التراكم، فإنه يُعيد انتاج نفسه بنفسه وينمو أو يتراجع الى درجات محددة:

“ when one knows that symbolic capital is credit, but in the broadest sense, a kind of advantage, a credence, that only the group’s belief can grant to those who give it the best symbolic and material guarantees, it can be seen that the exhibition of symbolic capital (which is always expensive in material terms) makes capital to go to capital .”(Fuller and Yumio, 2006, p5)

ويضيف Bourdieu بأن عملية انتاج رأس المال الرمزي هي عملية بناء إجتماعي، وأنه يمكن أن يتواجد كذلك في الأفراد، يشبهها بعملية كيميائية تصبح من خلالها الانقسامات الطبقيّة المتأصلة في الأنواع الأخرى من الرساميل عادية وطبيعية، بحيث يستخدم رصيد رأس المال الرمزي باعتباره وسيلة لإضفاء الشرعية على أشكال معينة من الاستهلاك ويحول للفاعل ميزة تميزه وتدفع الغير للاعتراف بتفوقه (Flint and Rowlands, 2003, p5)، كما يعمل كمورد محدود يتركز على الهيبة ويؤكد على الفروق من جديد من خلال تقسيم واستبعاد فئات معينة، ويضفي على الافراد ضمن المجال المنزلي هوية ووضعية تضم كلا من الأحكام الجمالية (ذوق) والأخلاقية (السلوك) (المسؤول).

يكتسي مفهوم رأس المال الرمزي أهمية بليغة من حيث أنه ينضوي على فرض مبادئ التقسيم التي تبني عليها مختلف الجماعات الاجتماعية تصوراتها حول كل ما يصادفها من مواضيع وأفراد ضمن المجال الذي تشغله وتعيش فيه (sidiri, 2004, p 7). يقترح عدد من الباحثين أن إدراك مفهوم رأس المال الرمزي بشكل جيد والنفوذ لأهم خصائصه يستلزم من الدارسين التعرض له من خلال تشابكه وتقاطعه مع مفهوم محوري آخر هو العنف الرمزي 'Symbolic Violence' ومبادئ التقسيم الاجتماعي (Steinmetz, 2006, p 10)، ليصبح بذلك رأس المال الرمزي قوة تمنح لأولئك الذين تحصلوا على الاعتراف الكافي الذي يجعلهم في وضعية تساعدهم على فرض الاعتراف.

يجادل Bourdieu بأن العنف الرمزي أو الايديولوجيا هي القدرة على فرض وسائل فهم وتبني العالم الاجتماعي عن طريق تقديم القوة الاقتصادية والسياسية في أشكال مقنّعة وكأمر مفروغ منه، فالأنظمة تمارس سلطتها "الرمزية" من خلال تواطؤ الذين لا يريدون معرفة أنهم ضحية لها أو حتى الذين لا يعترفون بأنهم يمارسونها، فيشرح

Bourdieu بأن العنف الرمزي يشير للكيفية التي يقبل من خلالها المهيمن عليهم ظروف الهيمنة على أنها مشروعة، ويرى أن القوة الرمزية تشكل قوة مشكلة للعالم World Making Power قادرة على فرض رؤية مشروعة للعالم الاجتماعي وانقساماته، وذلك يجعل العلاقات الاقتصادية والسياسية الموجودة طبيعية وتساهم في إعادة إنتاج الترتيبات الاجتماعية غير المتساوية وغير العادلة بين الأجيال، حيث يقول Bourdieu في فقرة مفتاحية:

“Every power to exert symbolic violence, i.e. every power which manages to impose meanings and to impose them as legitimate by concealing the power relations which are the basis of its force, adds its own specifically force to those power relations”

(Bourdieu and Passeron, 1977, p4)

يرتكز العنف الرمزي على مبدأ إخفاء، وخليط من الاعتراف والتجاهل يتمركزان في قلب المفهوم بحيث يشير العنف الرمزي الى العنف "الملطف" *violence euphémisée* لعلاقات القوة والسلطة وعلاقات الهيمنة، فاللجوء الى بعض الأشكال والاستراتيجيات يعمل على دفن العنف المفتوح، فيحل شكل لطيف وكامن مكانه لما يصبح تطبيقه مستحيلاً، فيمارس العنف بشكل غير محسوس ويفرض قبول ضحاياه، ويؤدي الى اعترافهم، ويتشارك كل من الطرفين (المهيمن والمهيمن عليه) في تجاهل الوضع المتمثل في علاقة قوة غير عادلة، فقد تم صقل المفهوم بحيث حافظ على أساسه الذي يشير الى الرمزي والشكل الذي يتخذه العنف لما يتم نسيانه باعتباره عنف وذلك في تواطؤ مشترك في رؤية مدججة للعالم (Winkin and others, 2005, p :7).

يرى عدد من الباحثين ان ما يقصده Bourdieu برأس المال الرمزي أو سلطة رمزية أو *bien symbolique* لا يقتصر فقط وببساطة على كل ما يناقض رأس المال الاقتصادي أو السلطة الفيزيقية أو المادية، فحقيقة انه يرتكز على المادي مطروحة بشدة، غير أن قوته وفعالته ترتكز على انكار جماعي وعدم اعتراف، بحيث يظهر ويتخفى في شكل رمزي أو مجاني،

“The other forms of capital are converted to symbolic capital the instant they are deemed legitimate and it is only in the form of symbolic capital that the ultimate base of power – wealth – can exert power and exert it durably” (Doherty and Dickmann, 2009, p3)

ومنه نلاحظ أن هذه الإشارة الى ديناميكية القوة بين وضمن الجماعات تكشف بشكل واضح الأشكال المتخفية للهيمنة التي يعاد انتاجها بشكل واعى وغير واعى في الحياة اليومية والتي تشير للمنافسة الدائرة حول القوة والهيبة، وتؤدي في حالات عديدة الى الطاعة والخضوع من جانب واحد من الفاعلين الاجتماعيين، فامتلاك رأس مال رمزي يعزز موقف مجموعة من الوكلاء الاجتماعيين agents لفرض وجهة نظرهم ورؤيتهم على عقول الآخرين لتصبح مشروعة ومقبولة كممارسة مشتركة.

● رأس المال الاجتماعي:

يرتبط مفهوم رأس المال الاجتماعي social capital عموماً بالمشاركة المدنية والاجتماعية social and Civic participation ومع شبكات التعاون والتضامن، ولكنه يرتبط كذلك مع مفاهيم أخرى أكثر تجرداً مثل التماسك الاجتماعي social cohesion الثقة الاجتماعية، التبادل وفعالية المؤسسات.

بغض النظر عن السياقات المتعددة، فإنه قد تم تداول مفهوم رأس المال الاجتماعي واستخدامه بشكل مثير في عدد من المجالات البحثية، فقد قام Michael Woolcock بعد على الأقل سبعة (7) ميادين بحثية تم توظيف المفهوم فيها هي (Sandra, 2005, p11) كالتالي: Families and Youth, Schools and Education, Community Life, Work and Organisations, Democracy and Governance, Collective Action, Economic Development أما اليوم فيتم توظيف المفهوم في مجالات أخرى مثل الصحة الجسدية والعقلية physical and mental health الهجرة Immigration و public protection كما لا يمكن اغفال استخدامه

وتوظيفه في عدد واسع من الدراسات المرتبطة بمجال الانترنت ومختلف مواقعها التفاعلية وعلى رأسها مواقع شبكات التواصل الاجتماعية (SNSs) Social Network Sites وهذا الجزء أو الميدان الأخير هو الذي يهتما في هذا البحث.

يعرف مفهوم "رأس المال الاجتماعي" « Social Capital » حاليا اهتماما كبيرا في الكتابات الأكاديمية في مختلف أنحاء العالم، حيث خصّصت العديد من فرق البحث لدراسته ورصد تطوره والقيام بالعديد من البحوث الامبريقية بوضعه كمفهوم أساسي فيها « concept central » عرفت لها بلدان مثل استراليا، الولايات المتحدة الأمريكية، كندا وغيرها من البلدان.... بحيث اقترب كثيرا من أن يصبح مفهوما مشتركا بين كل العلوم الاجتماعية، وهي سمة رئيسية تميز المفهوم، ويكتسب المفهوم قوته كذلك من حيث أن الانسان في حاجة الى الماديات والخدمات في حياته لكنها لا تمثل كل شيء أو بمعنى آخر لا تغطي ولا تعزز كل الاحتياجات الإنسانية، فالإنسان في حاجة الى الدعم الاجتماعي، الأمن الجسدي والاجتماعي، حرية التعبير، فرص لتطوير ذاته والعيش ضمن شبكة اجتماعية تضمن له الراحة والاطمئنان.

ان التطرق لرأس المال الاجتماعي في هذا البحث يفرض علينا العودة لظروف ظهوره سواء كمفهوم أو كلفظ في مختلف الادبيات التي تناولته بالدراسة، فقد ظهر في اعمال بعض الباحثين كمفهوم يقترب في دلالاته للفكرة العامة التي يشير اليها رأس المال الاجتماعي أو أحد مكوناته الجزئية لكن دون التصريح به كلفظ، كما تم التعرض له كذلك كلفظ دون المفهوم المتعارف عليه حاليا، بحيث يرى العديد من الباحثين أنه شكل استعارة metaphor اعتمد عليها الدارسون في تحليلاتهم للظواهر، لذلك، فان التفرقة بين رأس المال الاجتماعي كمفهوم وكلفظ يبصرنا بالتطور التاريخي الذي عرفه في كل مراحل.

2- ارهاصات رأس المال الاجتماعي، التجاذبات بين اللفظ والمفهوم:

ان الشعبية الكبيرة التي يعرفها مفهوم رأس المال الاجتماعي في الوقت الحالي والتي تضاعفت مع الأعمال التي ظهرت في فترة 1980 و 1990 تستدعي منا ضرورة التنويه لحقيقة انه لا يعد فكرة جديدة بالنسبة لعلم الاجتماع، فقد تبين أن الانخراط والمشاركة في المجموعات يمكن أن يؤدي للعديد من النتائج الايجابية للفرد والمجتمع وهي

الفكرة الأساسية التي استند عليها مفهوم رأس المال الاجتماعي في تطوره، ومنه يرى بعض المحللين أن لمفهوم رأس المال الاجتماعي إرهابيات وجذورا تاريخية لا بد من التطرق إليها (شادية أحمد، 2007، ص: 37).

يجادل Farr بأن العديد من الباحثين في القرن الثامن عشر 18 و 19 أمثال David Hume و Adam Smith قد تعرضوا لرأس المال الاجتماعي كمفهوم دون لفظ term وذلك في تحليلاتهم للمجتمع المدني، نفس الشيء يمكن ملاحظته مع العديد من علماء الاجتماع الكلاسيكيين أمثال Emile Durkheim و Ferdinand Tönnies، Max Weber، Friedrich Engels وغيرهم من الذين تركزت أعمالهم حول نوعية التفاعل الانساني الذي يمكن اعتباره رأس مال اجتماعي، وعلى الرغم من ذلك فان النظريات الاجتماعية لهؤلاء ارتبطت أكثر بالأسس التقليدية للنظام الاجتماعي مثل العادات والمعتقدات والطاعة (Farr, 2004, p 5).

يشير Farr الى عدد من الباحثين الذين استخدموا لفظ Social Capital دون أن يشيروا بالضرورة الى المفهوم المتعارف عليه حاليا (term without relevant concept)، مثل Karl Marx (1867) و Henry Sidgwick (1883) و John Clark (1885) و Alfred Marshall (1890) الذين استخدموا اللفظ أساسا لتحدي الأفكار التي عززت الاقتصاد السياسي الكلاسيكي في وقتهم، كما استخدم James Buchanan في فترة السبعينات من القرن الماضي لفظ Social Capital للإشارة الى:

“To denominate not associations or trust, but a society’s capital investment characteristic of adherence to legal rules”

(Buchanan, 1977, p: 7)

بحيث أكد Buchanan على قواعد التسامح المتبادل التي يوافق عليها الأفراد من أجل الحصول على النظام والحفاظ عليه من خلال عملية الاتصالات اليومية، هذا الالتزام الذي يظهره الأفراد هو ما يجنب المجتمع الدخول في حالة فوضى، وقد لاحظ Woolcock أن الاقتصاديين الأوائل منذ Alfred Marshall وصولا الى John Hicks قد استخدموا فعلا كلمتي رأس المال الاجتماعي لكن للتفريق فقط بين الأرصدة المؤقتة والدائمة لرأس المال المادي.

على الرغم من استخدام بعض الباحثين الأوائل لرأس المال الاجتماعي في كتاباتهم كلفظ وكمفهوم في نفس الوقت، إلا أنه هناك شبه اجماع بين الباحثين بأن المعنى المعاصر للمفهوم قد استمد من الأعمال التي أنجزها الباحثين في فترة الثمانينات والتسعينات، وقد ذكر Putnam بأن Hanifan هو أول مؤلف استخدم رأس المال الاجتماعي بالمعنى المنتشر حالياً، لكن التدقيقات والمراجعات التاريخية أظهرت بأن الفيلسوف البراغماتي John Dewey (pragmatist) كان سابقاً في ذلك في كتابه The Elementary School Record سنة 1900 والذي جمع تسعة دراسات من بينها مساهمة Dewey التي تناولت طرق تدريس البراغماتية النقدية، مبينة كيف كانت المدارس جماعات اجتماعية من التعليم التعاوني، وانتقد Dewey علم النفس القديم ولفت الانتباه إلى العقل بوصفه "وظيفة للحياة الاجتماعية" وليس كمسألة فردية بحتة، مشدداً على ضرورة تأطير ما يدعوه الرءاءات الثلاثة أو 3R أي التعليم القائم على القراءة والكتابة والحساب (Reading, Writing, Arithmetic) في أنشطة الحياة الاجتماعية، وليس تناولها كتمرينات ميكانيكية فردية بحيث صرح:

"...these subjects are social in double sense. They represent the tools which society has evolved in the past as the instruments of its intellectual pursuits. They represent the keys which will unlock to the child the wealth of social capital which lies beyond the possible range of his limited individual experience."

(Barbara Neves, 2012, p 27)

وقد استخدم Dewey رأس المال الاجتماعي في ثلاثة إصدارات أخرى (1909، 1915، 1934) أكد من خلالها على ضرورة تغيير التعليم وفكرة كون المدارس قلب المجتمع والحياة الاجتماعية.

قبل التطرق لمساهمة Hanifan تجدر الإشارة لباحثين آخرين تعرضوا لرأس المال الاجتماعي بشكل موجز، فقد استخدم Glenn Loury لفظ رأس المال الاجتماعي في أطروحته للدكتوراه PhD dissertation في ميدان الاقتصاد ضمن انتقاداته للنظريات التقليدية النيوكلاسيكية المتعلقة بالدخل العنصري وعدم المساواة، بحيث أشار لدور الأصول الاجتماعية للفرد وتأثيرها المهم في نسبة الموارد التي يتم استثمارها في تطوير ذاته، وقد استخدم

Social Capital لتمثيل عواقب (نتائج) الوضعية الاجتماعية في تسهيل الحصول الخصائص القياسية لرأس المال البشري، وقد ركز Loury على عوامل أخرى تم إهمالها في الدراسات الاقتصادية وقدم سياق اغنى لتحليل اللامساواة Inequality وأشار لرأس المال الاجتماعي وذلك في كتابه The Anatomy of Racial Inequality قائلًا:

“ I formalized the observation that family and community backgrounds can play an important role, alongside factors like individual ability and human capital investments, in determining individual achievement” (Loury, 2002, p102)

تعرضت السوسولوجية Jane Jacobs في أحد أعمالها The Death and Life of Great Cities المرتبطة بالمجتمعات الحضرية لرأس المال الاجتماعي وذلك من خلال افتراضها بأن المدينة الجيدة هي التي تحتضن القادمين الجدد والسكان العابرين لها وتعمل على تشكيل شبكات اجتماعية التي تمثل رأس المال الاجتماعي الذي لا يمكن الاستغناء عنه وانه كلما تدهور رأس المال فان الدخل يختفي نتيجة له ولا يعود إلا في حالة إعادة العمل على تراكم رأس مال جديد، وقد أكدت على فكرة الاهتمام بالأحياء ونسج شبكات مراقبة عمومية من أجل حماية الغرباء والسكان في ظل الثقة والرقابة الاجتماعية لتكوين شبكات اجتماعية وإنتاج رأس المال الاجتماعي وتربية الأطفال في جو من التسامح وحد معقول من الأمان (Jacobs, 1961, p 125)

انطلاق مما سبق نلاحظ ان الباحثين قد تعرضوا لرأس المال الاجتماعي بدرجات متفاوتة من التعمق والدراسة، هذا ما يجعلنا نعود الى مساهمة Lyda Judson Hanifan التي قدمها في بداية القرن العشرين بصفته مربيًا بغرب فرجينيا في الولايات المتحدة الأمريكية، بحيث استخدم المفهوم للتأكيد على أن التعاون المجتمعي أمر ضروري لإدارة مدرسة ناجحة، وقدم سنة 1916 ضمن التأمّلات التي طرحها بخصوص المفاهيم والمصطلحات التي اعتمد عليها في مؤلفه التعريف الآتي :

“In the use of the phrase Social Capital I make no reference to the usual acceptance of the term capital, except in a figurative sense. I do not refer to real estate, or to personal property or the cold cash, but rather to that in life which tends to make these tangible substances that count for most in the daily lives of people, namely, good will, fellowship, mutual sympathy, and social intercourse among the individuals and families who make up a social unit.” (Hanifan, 1916, p 130)

شدد Hanifan على حقيقة ان الفرد يصبح عاجزا اجتماعيا اذا ترك لتدبير أموره بنفسه، فاتصالاته بغيره من الافراد كالجيران والعائلة والأقارب تعمل على تراكم رأس المال الاجتماعي الذي يعد محركا ضروريا لتسهيل اشباع حاجاته الاجتماعية في حينها، فالقليل من احتياجاتنا غير الاجتماعية non-social هي التي يمكن تحقيقها دون مساعدة الغير، أما تلبية كل من الحاجات الاجتماعية وغير الاجتماعية بشكل فعال فإنها تصدر من نفس العملية أي من خلال تفاعلاتنا مع الغير.

تم توضيح التعريف الذي قدمه Hanifan من خلال تيارين منفصلين من الأبحاث حول رأس المال الاجتماعي من قبل كل من عالمي الاجتماع Pierre Bourdieu و James S. Coleman، بحيث قام كلا التقليديين الباحثين باستعارة نماذج اقتصادية استندوا عليها في تحليلاتهم التي اعطت للأبحاث نفسا جديدا، أين يشير رأس المال الى العمل، أشكال العملة الأوراق المالية، والطاقة، في حين يشير رأس المال الاجتماعي الى العملة التي تكون نتيجة الشبكات الاجتماعية التي يتمتع بها البشر ومن الموارد التي يستقونها من خلال العلاقات التي تربطهم داخل هذه الشبكات الاجتماعية.

ان تعدد الطروحات والروافد البحثية المرتبطة بمفهوم رأس المال الاجتماعي Social Capital تحتم علينا التطرق لها بشيء من التفصيل معتمدين في ذلك على أهم الباحثين الذين أسسوا لنظريات رأس المال الاجتماعي بين سنوات الثمانينات والتسعينات والذين عملت مساهماتهم في بلورة المفهوم في مدلوله المعاصر وهجرته عبر

التخصصات والميادين البحثية والتي على رأسها مجال التكنولوجيات الجديدة للاعلام والاتصال والانترنت بمواقعها التفاعلية التي ارتكزت عليه كمفهوم محوري يلخص العديد من جوانب الحياة الاجتماعية.

3- الآباء المؤسسون لمفهوم ونظريات رأس المال الاجتماعي:

- Pierre Bourdieu وإعادة الاعتبار للبعد الاجتماعي:

ان التطرق لعمل Bourdieu المرتبط برأس المال الاجتماعي يستدعي التذكير بأنه لا يشكل رغم اهميته سوى جزءا صغيرا ضمن الهواجس البحثية التي تناولها بالدراسة والبحث والتي ارتكزت على مجموعة من المفاهيم المرتبطة ببعضها والمتداخلة والتي اعتمد عليها في تحليلاته للظواهر، بحيث يشير في كتاباته حول رأس المال الاجتماعي للتشابه الموجود مع مفاهيم أخرى كرأس المال المادي والثقافي والرمزي والتي سبق لنا وان تطرقنا اليها، ويجادل بأن الاقتصادي هو الأساس والمحدد لكل الرساميل الاخرى بحيث ينعكس التفاوت فيه على عدم المساواة في الرساميل الاخرى كذلك، بحيث تحدد منزلة الافراد ضمن الحقل الاجتماعي انطلاقا من حجم وثقل الرساميل التي يحوزون عليها بالإضافة للاستراتيجيات التي يعتمدونها لتحقيق أهدافهم، فنلاحظ أن منظور Bourdieu ينبع من التقليد الماركسي بحيث يفترض أن رأس المال الاجتماعي غير قابل للفصل عن رأس المال الاقتصادي الذي يعتمد بدوره ويرتكز على العلاقات الاجتماعية في اشارة واضحة للعلاقة المتينة التي تربط المفهومين، ويضيف بهذا الصدد :

“Every type of Capital is reducible in the last analysis to economic capital” (Bourdieu, 1986, 253)

في هذا المعنى، يمثل توزيع رأس المال الهيكل الجوهري داخل العالم الاجتماعي، وبالتالي فان استخدامه وتوافره والآثار المترتبة عن ذلك تبقى مقيدة، هذا لأن رأس المال موزع بطريقة غير متكافئة بين جميع أفراد المجتمع أو الشبكة الاجتماعية، فنجد له لدى بعض الأفراد وليس عند غيرهم نتيجة لمكانتهم الاجتماعية والاقتصادية، ونتيجة لذلك، فإن جوانب رأس المال الاجتماعي تصبح ذات طابع مؤسسي.

في حوار مع التلفزيون الألماني سنة 1987 تعرض Bourdieu لمفهوم العالم الاجتماعي بحيث شبهه بالكازينو Casino وشرح تعامل الافراد مع ارصدهم من الرساميل المختلفة:

“We gamble not only with the black chips that represent our economic capital, but also with the blue chips of our cultural capital and the red chips of our social capital”

(Field, 2008, p16)

بحيث يقدم الفرد على الاستفادة منها حسب حاجته وظروفه، فالرساميل الثلاثة لا يمكن دائما ان تعوض بعضها بعضا نظرا لخصائصها المختلفة واختلافات احجامها ومدى تفاوت حيازتها والاستفادة منها، لكن تداخلها ودمجها يمكن أن يقدم رأس مال جديد.

يتفق الباحثين على أن عمل Bourdieu يشكل أول تحليل معاصر لرأس المال الاجتماعي كمفهوم أساسي ضمن عمله الذي أطلق عليه تواضعا 'Le Capital Sociale, notes provisoires'، بحيث لم يلق الاهتمام الكافي في أمريكا الشمالية لغاية ترجمته للإنجليزية سنة 1985، فقد عكف الباحث باعتباره عالم اجتماع أوروبي على دراسة استمرارية بعض الظواهر كالتطبيقية الاجتماعية وأشكال أخرى من اللامساواة مترسخة داخل المجتمع، أين أولى أهمية معتبرة لتحليل أسس النظام الاجتماعي ودراسة الطبقة الاجتماعية وإعادة انتاج الهيمنة واللامساواة (Bourdieu, 1970, 1972, 1980, 1986) خاصة في تلك الأعمال المرتبطة بالتعليم والتي شكلت قطيعة مع الابحاث السابقة لها في الميدان والتي أهملت تأثيرات الجانب الاجتماعي واعتمدت فقط على العامل الاقتصادي في تفسير النجاح الأكاديمي أين اقترح Bourdieu مفهوم رأس المال الثقافي للدلالة على عملية انتقال الثقافة والمعرفة من خلال العالم المنزلي، فالظروف العائلية ودروس المدرسة التي تشكل رأس المال الثقافي يمكن أن تعمل الى حد ما بشكل مستقل عن الأرصدة المالية، وحتى تعويض نقص توفر المال كجزء من استراتيجية فردية أو جماعية للحفاظ ومواصلة القوة والمكانة. تعرض Bourdieu لمفهوم رأس المال الاجتماعي في مناقشة سنة 1973 حول الطرق التي ينتهجها المجموعات أو الفئات المهنية من أجل حماية مكانتهم (ومكانة أبنائهم) بحيث يرى:

“Capital of social relationships which will provide, if necessary, useful supports: a capital of honorability and respectability which is often indispensable if one desires to attract clients in socially important positions, and which may serve as currency, for instance in a political career” (Bourdieu, 1977, p 503)

أكد Bourdieu على موقفه هذا مرة أخرى ووصف رأس المال الاجتماعي على أنه تجمع الموارد الفعلية أو المحتملة التي تنشأ عن شبكة دائمة من العلاقات المؤسسية والمعارف المتبادلة، بحيث نلاحظ أن مسألة "الموارد" تشكل مفتاح لفهم آثار وتأثيرات رأس المال الاجتماعي، بحيث انخرّف Bourdieu عن طرح Coleman في حكمه أن هذه الموارد ترتبط بشبكات راسخة في نظم الطبقة الاجتماعية، فهذه العلاقات متكررة بمعنى أنها تتردد باستمرار، فيرى بهذا الصدد :

“The reproduction of social capital presupposes an increasing effort of social ability, a continuous series of exchanges in which recognition is endlessly affirmed and reaffirmed”

(Bourdieu, 1986, 250)

ويرى Bourdieu أن رأس المال الاجتماعي رصيد قابل للتداول والتراكم والاستخدام... بحيث ينبع من المشاركة في شبكات التعارف والاعتراف والتي تسمح للمشاركين فيها بأن يكونوا مُعترف بهم دون أن يكونوا معروفين حيث أن هذه العملية تشكل القاعدة التي تنبني عليها السمعة وتسمح بالاستفادة من هذه الميكانيزمات العلاقية للوصول إلى مختلف الموارد التي تتكون وتتراكم نتيجة للروابط والصلات المفيدة والدائمة. يجادل Bourdieu أن الصلات liaisons التي تنشأ بين الأفراد لا يمكن اختزالها في علاقات القرب في الفضاء الفيزيقي ولا حتى في الفضاء الاقتصادي أو الاجتماعي لأن هذه الصلات تنبني على التبادلات المادية والرمزية غير القابلة للفصل والتي يؤدي تكوينها وديمومتها إلى الاعتراف بهذا القرب.

يعترف Bourdieu أن وجود شبكة الصلات أو الروابط ليس مُعطى طبيعي ولا حتى معطى اجتماعي تتشكل مرة واحدة وتبقى للأبد عن طريق فعل اجتماعي، لكنها في الحقيقة نتاج عمل وصيانة يُعد ضروريا من أجل إنتاج وإعادة إنتاج الصلات الدائمة والمفيدة بغرض الحصول على مكاسب مادية أو رمزية، بمعنى آخر، شبكة الصلات هي نتاج لاستراتيجيات الاستثمار الاجتماعي الموجهة إراديا أو غير إراديا باتجاه المؤسسة أو لإعادة إنتاج العلاقات الاجتماعية المستخدمة مباشرة في المدى القريب أو البعيد وفي تحويل علاقات الوحدات مثل العلاقات الجوارية أو علاقات العمل أو حتى القرابة الى علاقات ضرورية واختيارية في نفس الوقت تتضمن التزامات دائمة يشعر بها الفرد ذاتيا (الشعور بالامتنان، الاحترام، الصداقة...) أو مضمونة مؤسسيا في شكل حقوق. (Bourdieu, 1986, p : 8)

يشير Bourdieu كذلك ويجادل بأن الأفراد يكافحون ضد عدم المساواة وعدم التكافؤ اللذان ترعاها الاختلافات في رأس المال المادي والرمزي، بحيث يعبر الباحث على أن رأس المال الاجتماعي يمثل صراع على الموارد، ومنه فهو نضال اقتصادي وثقافي، وقد لاحظ الباحثون الذين درسوا رأس المال الاجتماعي عند Bourdieu بأنه يشير للموارد التي يملكها الأفراد سواء كانت كمية أو كيفية، يمكن استخدامها بطريقة إستراتيجية لتحصيل مزايا وموارد أخرى تكون نتيجة للتفاعل بين الأفراد، فقد اهتم الباحث بالطرق التي يتداخل بها الرساميل الثلاثة لإعادة انتاج اللأ مساواة، ويركز على ضرورة تصور واعتبار كل من رأس المال الثقافي والاجتماعي كمورد لا يجب انكار أهمية تواجدها، فحجم رأس المال الاجتماعي يحدده كل من حجم الصلات والروابط التي يمكن للفعل ان يحشدها to mobilize فعلا وكذلك كل من رأس المال الاقتصادي والثقافي والرمزي الذي تملكه وتسيطر عليه صلاته (الأفراد والجماعات...).

- James Coleman وأهمية التفاعلات بين الأقران، المدرسة، والعائلة.

كان لمنظور Bourdieu تأثير ضئيل على الدراسات الحالية التي تناولت رأس المال الاجتماعي في أمريكا الشمالية ضمن ميدان الاتصال، بحيث تأثرت بشكل كبير بأعمال Robert Putnam الذي استند بدوره على الأسس التي انتهجها وعبر عنها Coleman، وبما أن مقارنة هذا الأخير قد نبعت من النظرية الاقتصادية، فإنه قد

اعترف بفضل الاقتصادي Glenn C. Loury الذي عرف رأس المال الاجتماعي على أنه مجموعة الموارد الملازمة للعلاقات الأسرية والنظام الاجتماعي داخل المجتمع، بحيث يرى :

“A set of resources that inhere in family relations and in community social organization” (Coleman, 1990, p: 300)

يعد James Coleman أحد أهم المساهمين في تطور مفهوم رأس المال الاجتماعي واستخداماته فقد ارتبطت بمساهمته العديد من الدراسات التي غطت مجموعة كبيرة من الميادين، بحيث تم البحث في رأس المال الاجتماعي المكون داخل العائلة (Mclanahan et Sandefur 1994) وفي الروابط التي يمكن أن توجد بين رأس المال الاجتماعي والحراك الجغرافي والتطور (Schiff, 1992) كما امتدت الدراسات لتأثير رأس المال الاجتماعي في نشر المجتمع المدني والتطور (Hadenius et Uggla, 1996) فالتأثير الذي عرفه تعريف Coleman لرأس المال الاجتماعي على الأعمال الأكاديمية التي تلتها يستوجب التوقف عنده، بحيث يقترح التعريف التالي:

"Social capital is defined by its function, it is not single entity, but a variety of different entities having two characteristics in common : they all consist of some aspect of a social structure, and they facilitate certain actions of individuals who are within the structure " (Coleman, 1990, p : 302)

ارتبط مفهوم رأس المال الاجتماعي لدى Coleman بانشغالاته البحثية، بحيث ينبع من صلب نطاق اهتماماته المنهجية والموضوعية والتي اخذت نصيبها من الجدل، فمفهوم رأس المال الاجتماعي يحتل فضاء مهم ضمن أعماله التي حاول من خلالها بحث أسس النظام الاجتماعي، والتي تجلت في عمله الضخم المتأخر Foundations of Social Theory (1994)، فقد حاول تطوير علوم انسانية متعددة التخصصات مستمدة من الاقتصاد وعلم الاجتماع وذلك لشدة تأثيره بأعمال Gary Becker التي أطرها بنظرية الاختيار العقلاني، لذلك ارتأينا أنه من

الضروري التوقف قليلا امام مفهومين أساسيين ومهيكلين ارتكز عليهما Coleman في اعماله وبحوثه والتي انتهت بنحته لمفهوم رأس المال الاجتماعي، بحيث ان تجاوزهما يحدث خللا لا يمكن تداركه ويعيق سبيل فهمنا للمفهوم وتطوره.

فاعلية الانسان: Human Agency

يجادل عدد من الباحثين بأن مفهوم agency يعرف تنوعا كبيرا من حيث توظيفه واستخداماته ضمن الميادين البحثية، فقد تم ربطه بعدد عريض من المفاهيم مثل selfhood, motivation, will, purposiveness, intentionality, choice, initiative, freedom and creativity التي زادت من غموضه خاصة في الجدل حول structure/agency وامكانية التداخل الموجود بين المفهومين، فيقدم كل من Mustafa and Ann التعريف الآتي الذي يريان بأنه يتجاوز العجز الذي وقع فيه الباحثين ويضم مختلف الأبعاد والعناصر المكونة للمفهوم:

“The temporally constructed engagement by actors of different structural environments-the temporal relational contexts of action-which, through the interplay of habit, imagination, and judgment, both reproduces and transforms those structures in interactive response to the problems posed by changing historical situations” (Mustafa and Ann, 1998, p: 970)

يضيف الباحثين أن مفهوم human agency يشير بشكل عام "لتلك الخيارات التي يقوم بها البشر حين قيامهم بالأفعال Actions غالبا من أجل تحقيق أهداف محددة" بحيث يبرز جليا تداخل المفهوم مع نظرية الاختيار العقلاني (Mark and Potter, 2008, p :8)، كما يوجد تقارب بين مفهومي agency و practice غير أن الأول يشير للأفعال والسلوكيات الواعية والاستراتيجية، في حين تشير الممارسة للسلوك الروتيني. يحمل مفهوم human agency جانب علاقتي، بمعنى أنه يعكس الأفعال التي تهدف للتنسيق مع أفعال الآخرين، وفي بعض الأحيان لمواجهة أفعال وسلوكيات الفاعلين الآخرين ضمن بنية معينة.

تبنى نظرية التعلم الاجتماعي Social cognitive theory منظور فاعلي agentic بالنسبة للتطور الانساني، التكيف والتغيير، بحيث ترى النظرية بأن الفاعل يؤثر اراديا وعن وعي في سير وظروف الحياة باعتباره قادر على التنظيم الذاتي واستباق الأمور والضبط والتبصر الذاتيين، فالأفراد ليسوا مجرد متفرجين لسلوكاتهم وإنما مشاركين في ظروف حياتهم وليس فقط مُنتَجين لها، بحيث يقدم Bandura أربعة خصائص (Bandura,2006, p :164) تميز human agency:

- 1- القصد intentionality : فالأفراد يشكلون قصدهم ونياتهم التي تشمل غايات افعالهم والاستراتيجيات التي تساعدهم في تحقيقها، كما يتعاونون مع غيرهم في ذلك.
- 2- النظر في العواقب forethought : بحيث تتضمن أكثر من مجرد خطط مستقبلية، أين يعمل الافراد على استباق نتائج افعالهم من أجل توجيه وتحفيز أنفسهم وذلك عن طريق تمثلات معرفية.
- 3- التفاعل الذاتي self-reactiveness: لا يقتصر البشر على التخطيط والجلوس لانتظار النتائج، وإنما يعملون على بناء دورات فعل مناسبة تحفز وتضبط تنفيذ تلك الخطط والأفعال من أجل أداء جيد وتحصيل أحسن النتائج.
- 4- التأمل الذاتي self-reflectiveness: الافراد ليسوا فاعلين فقط، وإنما فاحصين ذاتيين لوظائفهم، بحيث يستمعون لأفكارهم وآثار أفعالهم، ويقومون بالتعديلات إن اقتضى الأمر.

قام Coleman (1988) بغرس فكرة human agency ضمن منظوره حول رأس المال الاجتماعي الذي يدعوه مورد من أجل الفعل resource for action ، بحيث يرى أن العلاقات التي تعزز رأس المال الاجتماعي تكون مقدمة ونذير بقدوم التغيير الاجتماعي، فبدل وصف هذه العلاقات كيني اجتماعية مغلقة وموجهة طبقيا، يصر Coleman على أن إنشاء وتراكم رأس المال الاجتماعي يثري العلاقات على مستوى الجزء الاجتماعي microsocial والتي بدورها تولد اتصالات مجتمعية على مستوى الكل الاجتماعي macrosocial.

نظرية الاختيار العقلاني: rational choice theory

تتبنى نظرية الاختيار العقلاني Rational Choice Theory على فكرة أساسية تعتبر ان الظاهرة الاجتماعية المعقدة يمكن ان تفسر من خلال الأفعال المبدئية للأفراد الذين يكونونها، بحيث عبر Elster عل ما يعرف بالمنهجية الفردانية methodological individualism بالفكرة الآتية:

“The Elementary unit of social life is the individual human action. To explain social institutions and social change is to show how they arise as the result of the action and interaction of individuals” (Elster, 1989, p: 13)

تعود فكرة المنهجية الفردانية لعلماء الاجتماع الذين يعملون خارج علم الاجتماع، بحيث قادتهم للانطلاق من أفعال الأفراد في تحليلاتهم والنظر للظواهر الاجتماعية باعتبارها اختزال لتلك الأفعال، فالأفراد مدفوعين من طرف مجموعة من الاهداف التي تعبر عن تفضيلاتهم، ويتصرفون ضمن قيود محددة وعلى اساس المعلومات التي يملكونها حول الظروف التي يتصرفون ضمنها.

يعتبر Coleman احد أهم مساندي نظرية الاختيار العقلاني، كما يقترح بعض الباحثين بأنه رائد النظرية، فقد استخدم بعض الباحثين استراتيجية الفاعل العقلاني الخاصة به كحجر زاوية في تحقيقاتهم الامبريقية والتاريخية (Gould, 2001 ; Kiser and Hechter, 1998) كما استخدم باحثين آخريين انموذجه من أجل اصلاح السياسات العامة (Putnam, 2000) والمدارس (Bryk and al, 1993) بحيث تنبع هذه الخطوط المتنوعة من التحقيقات من التزام Coleman على المدى الطويل لنظرية الاختيار العقلاني ومن تطبيقه الواسع للنموذج.

في كتابه Foundations of Social Theory، وعد Coleman بنظرية النظام الاجتماعي، التي يجادل بأنها تهتم بموضوع الاخلاقيات ethics وتساهم في حل المشاكل العديدة التي تعاني منها النظريات التقليدية، خاصة الانتقال من البنى الفردية الى الاجتماعية أو كما اشار اليها بـ micro to macro transition أين يؤكد بأن النظريات

التقليدية تنطوي على ما يعرف بالقدرية fatalism ويقترح عوضاً عنها "الاختيار العقلاني" التي يراها أكثر قابلية للاستمرار والتطبيق وتبني على نظرة تفاؤلية للإنسان (Anne, 1992, p: 1).

استخدم Coleman رأس مال الاجتماعي كأداة مفاهيمية من أجل التعرض لموضوع البنى الاجتماعية ضمن نظرية الاختيار العقلاني، بحيث تركز النظرية على نموذج فردي individualistic paradigm للنظام الاجتماعي، أين يتبادل ويتفاعل البشر العقلانيين مع اهتماماتهم الشخصية الموجودة في عقولهم بحيث تفترض النظرية ان الفاعل يتحكم على بعض الموارد وله اهتمام في أخرى يريد تحصيلها، فيبني البشر أفعالهم بطريقة استراتيجية على ما يرون أنه أكثر الوسائل فعالية لتحقيق أهدافهم التي تنسجم مع التسلسل الهرمي لخياراتهم وترتبط بذلك بتحقيق أكبر قدر من الفائدة والمنفعة وذلك في سياق ديناميكية المجموعة، فتهدف النظرية لفهم التفاعلات بين الافراد المحفزين عقلياً التي يمكن أن تنتج معايير، شبكات، التحكم في الموارد، وتضامن المجموعة، وكيف توجه أو تقيد هذه العوامل بعد انتاجها قرارات وسلوكات الأفراد (Coleman, 2004, p :155) بمعنى آخر، التركيز على حلقة "رجع الصدى" الموجودة بين الفعل الغائي للفرد والظروف الاجتماعية الواسعة التي هو ضمنها.

انصبَّ اهتمام Coleman من خلال تراكم من الدراسات التي قام بها على تأثيرات التنشئة الاجتماعية socialization influences وذلك بالتركيز على المدرسة بشكل خاص، والتي اعتبرها محددًا لتطور الانسان اليافع كفرد مُنتج في المجتمع الصناعي، كما يؤكد بأنها أصبحت أول مؤسسة للتنشئة الاجتماعية بعد أن فقدت الأسرة وغيرها من المؤسسات دورها وتأثيراتها، بحيث توجه لبحث العوامل الاجتماعية التي تعزز تشكيل رأس المال البشري. خلال اثنان وثلاثون سنة قضاها Coleman ضمن هذا الانشغال البحثي، طرأت تحولات مهمة على تصوراته لتأثيرات التنشئة الاجتماعية على حياة الشباب وهو ما لمسناه بدورنا من خلال مراجعتنا لأهم أعماله الامبريقية، التي سنتطرق اليها بشكل موجز.

مجتمع المراهقين : Adolescent Society

قام Coleman بدراسة حول المراهقين في المرحلة الثانوية بمدينة شيكاغو بعنوان (Adolescent Society (1961) اهتم فيها بالمناخات الاجتماعية وبيئة القيم في المدارس الثانوية، بحيث شكلت مسألة منابع وتأثيرات تعددية

الوضعيات Status Pluralism في الأنظمة الاجتماعية ورغبة التحقيق في الظاهرة بالأساليب الكمية دافعا أساسيا لإجراء هذه الدراسة بحيث اختار الباحث مدارس من مناطق عديدة تختلف في أحجامها وتنوع من حيث أقسامها الدراسية.

أثبتت نتائج دراسته بأن تأثيرات مجموعات الأقران (الإيجابية والسلبية) تعمل على تشكيل وجهات نظر المراهقين لمختلف جوانب حياتهم أكثر حتى من تأثيرات البالغين كالأباء والمعلمين بحيث أوضح Coleman بأن المراهق يُعد مفصولا عن باقي أجزاء المجتمع، ويضطر للاتجاه لداخل المجموعة التي تشكل فئته العمرية لممارسة حياته الاجتماعية (Kandel, 1996, p :38)، أين يشكل مع رفقاءه مجتمع صغير يحتوي على أهم تفاعلاته مع نفسه، ويحافظ على القليل من المواضيع من أجل مجتمع الكبار الخارجي، ان المجتمع الذي يشكله المراهقون مع أقرانهم يعد حصينا من اختراقات وتأثيرات الكبار يبحثون من خلاله على الفوز باستحسان وإعجاب واحترام أقرانهم في نشاطاتهم اليومية داخل المدرسة وخارجها، فأهم ما لاحظته Coleman ودوّنه بشيء من الاسهاب هو عدم اهتمام التلاميذ بالأشياء الدراسية scholastic things وكل ما يخص النجاح في التحصيل العلمي أو أن يصبحوا أذكيا ومنتفوقين دراسيا ويقودوا الأندية الأكاديمية، هذا رغم نداءات الأولياء والمربين التي لا يلتفتون إليها ويتبعون كل ما يطرحه أقرانهم، أين ينزعون للاهتمام بمظهرهم الخارجي ويفضلون أن يصبحوا أبطال رياضيين، هذا في المدرسة التي يفترض أن تدرب التلاميذ لا الرياضيين بحيث عبّر Coleman على ما لاحظته:

“It is clear from all these data that the interests of teenagers are not focused around studies, and that scholastic achievement is at most of minor importance in giving status or prestige to an adolescent in the eyes of other adolescent...more boys wanted to be remembered as a star athlete than as a brilliant student. And good looks was first, second, or third in importance as a criterion for being in the leading crowd of girls”

(Coleman, 1959, p: 3)

حدد Coleman القيم الموجودة في المدارس التي شملتها دراسته، وكيفية انعكاسها على خصائص النخبة والشبكات الاجتماعية وشط التلاميذ، وكيف أثرت في المقابل القيم المهيمنة ومكانة التلاميذ السوسيوومترية ضمن هذه الانظمة الاجتماعية في تقدير التلاميذ لذواتهم self-esteem وأدائهم الاكاديمي، بحيث اتضح ان التلاميذ الذين تم ترشيحهم من قبل اقراهم ليكونوا في مكانة عالية هم الذين يملكون تقدير عالي لذواتهم، بعكس التلاميذ المنكبين على الدراسة الذين يفتقدون للهبة، كما يمتلكون تقدير منخفض لذواتهم مقارنة بأقراهم، فبالرغم من عمل المدرسة على تقدير النجاح الدراسي للممتازين ومساهمتها في تحصيلهم من الثقافة الواسعة غير الدراسية unscholastic فإنهم يعزلون عن المجموعة، بحيث يقترح الباحث تغيير معايير هذه الثقافة الموجودة في المدرسة والتي يجد المراهقين أنفسهم ضمنها.

تخلى Coleman عن البحث في الثقافة التحتية لصالح موضوع الخصائص البنيوية للمدارس، حيث حاول بحث الكيفية التي تؤثر من خلالها المدارس في الاداء الاكاديمي للفئات الشابة، بحيث كان الهدف الاساسي بناء مجتمع يوفر فرص متكافئة للجميع بالتركيز والاعتراف بدور العائلة في تكوين الفرد الشاب ليكون ناجحا ومنتجا ضمن المجتمع، وهو ما سنتطرق اليه في الدراسة الموالية.

تكافؤ الفرص التعليمية : Equality of Educational Opportunity

استطاع Coleman من خلال سلسلة من التحقيقات حول التحصيل العلمي educationl attainment في الأحياء اليهودية الامريكية، أن يثبت بأن رأس المال الاجتماعي لا يقتصر على الجماعات ذوي النفوذ والقوة فقط، وانما يمكن أن ينقل فوائد فعلية للجماعات الفقيرة والمهمشة، فدراسته الأساسية The Equality of Educational Opportunity (1966) والمشهورة أيضا تحت عنوان "Coleman study" تناولت أكثر من 150,000 طالب مدرسة في الولايات المتحدة الامريكية، وذلك بهدف تقييم توفر فرص تعليم متساوية (متكافئة) بالنسبة للأطفال من مختلف الأعراق والألوان والأديان والجنسيات، بحيث توصل في تقريره الى أن خلفية ووضع التلاميذ السوسيوولوجية والاقتصادية وتعليم آبائهم وبعض البنود داخل بيوتهم (كالموسوعات، الجرائد اليومية...) كانت معبرة ودالة (احصائيا) من حيث مساهمتها في التحصيل العلمي أكثر من الموارد التي توفرها المدرسة، كما توصل بالمقابل الى أن التلاميذ السود المحرومين اجتماعيا قد استفادوا من المدارس المختلطة عرقيا، بحيث صرح

Coleman بأن محيط الطفل المنزلي بالإضافة الى محيط غيره من الأطفال الذين يجد نفسه بينهم تؤثر على أدائه في المدرسة، وشرح ما يقصده بتأثيرات الأقران على النحو الآتي:

“Attributes of other students account for more variation in the achievement of minority group children than do attributes of staff...a pupil’s achievement is strongly related to the educational backgrounds and aspirations of the other students in the school...and that children from a given family background, when put in schools of different social composition, will achieve at quite different levels.” (Kain, 1996, p: 2)

اقترحت نتائج الدراسة بأنه يمكن تخفيف اللامساواة من خلال زيادة تأثيرات المدرسة النسبية وإضافتها لتأثيرات العائلة، كما استمر البحث عن عوامل اخرى مؤثرة مرتبطة بالمدرسة والتحصيل الاكاديمي للتلاميذ. هدف Coleman في عمله اللاحق لتحديد خصائص المدارس التي تحدد التحصيل الثقافي للشباب، بحيث توصل في دراسة اخرى لا تقل اهمية عن سابقتها بعنوان *High School Achievement: Public, Catholic, and Private Schools Compared* الى ان كون المدرسة خاصة وكاثوليكية بالخصوص تشكل في حد ذاتها عامل مهم للمدرسة الناجحة اين تحصل التلاميذ على علامات عالية، بحيث تميز هذا النوع من المدارس بمتطلبات أكاديمية كبيرة بالإضافة للنماذج التأديبية الصارمة التي تمارسها المدرسة، نتيجة لذلك، توجه اهتمام الباحث للبحث عن العوامل المؤثرة الاخرى والتي صرح بأنها موجودة خارج المدرسة، بالضبط في العائلة والمجتمع الذي ينتمي اليه التلميذ، فضمن هذا السياق وانطلاقاً من نتائج دراسته التي لم تكن متوقعة وغيرها من الدراسات والتي أطلعتة على مجموعة من المتغيرات المتدخلة في عملية التحصيل العلمي، طور Coleman على أساسها مفهومه لرأس المال الاجتماعي، بحيث اعترف بدور وأثر المجتمع ومعايير على الآباء والأبناء وخلص الى كونه منبعاً لرأس المال الاجتماعي الذي يعمل على تعويض بعض تأثيرات مساوئ الجانبين الاقتصادي والعائلي ضمن الاسرة.

العائلة، المجتمع، ورأس المال الاجتماعي: Family, Community, and Social Capital

شكلت دراسة Public and Private High Schools : The Impact of Communities تحولا عميقا في تفكير Coleman حول التنشئة الاجتماعية للمراهقين، بحيث تحول اهتمامه من التركيز بشكل حصري تقريبا على الخصائص الهيكلية (البنوية) للمدراس الى الانتباه للتفاعلات التي تحدث داخل الاسرة وبين الاسرة والمدرسة والمجتمع (Kandel, 1996, p :43).

اقترح Coleman مفهوم رأس المال الاجتماعي المتضمن في العلاقات بين الافراد ضمن العائلة والمجتمع ككل، وذلك لوصف التأثيرات الخارجية المتدخلة في التحصيل الاكاديمي، بحيث يرى انه يشكل مفهوم موازي لكل من رأس المال المادي والبشري، وافترض بأنه يشكل عامل حاسم في تطوير الشباب وتشكيل رأس المال البشري، بحيث يؤثر الآباء في أبنائهم من خلال التبادلات التي تحدث داخل العائلة وخارجها أي من خلال التبادلات التي تحدث ضمن المجتمع، ويؤدي نقص وقصور رأس المال الاجتماعي سواء داخل العائلة أو خارجها للإضرار بتطور الشباب، بحيث يرى:

“The set of resources that inhere in family relations and in community social organization and that are useful for the cognitive or social development of a child or young person. These resources differ for different persons and can constitute an important advantage for children and adolescents in the development of their human capital” (Coleman 1990: 300)

يكمن رأس المال الاجتماعي الذي يعمل على تطور الافراد في المجتمع والعلاقات الاجتماعية الفعلية الموجودة بين الآباء وضمن بنية العلاقات، وكذلك في علاقات الآباء مع مؤسسات المجتمع، فجزء من رأس المال الاجتماعي هو مجموعة المعايير التي تتطور في المجتمعات التي تعرف درجة عالية من الاغلاق High Degree of Closure، فهذه الشبكات المغلقة تؤدي لتشكيل مجتمعات وظيفية تدعم التطور وتعمل على تنفيذ المعايير

الاجتماعية social norms والتي بدورها تعزز امثال الطفل لمعايير المدرسة والمصالح الاكاديمية وتكبح جماحه عن المشاركة في الأنشطة المنحرفة (Coleman, 1988, p:387)، في حين تؤدي الشبكات المفتوحة الى نقص في الاتصال وتطبيق المعايير وينتج عن ذلك تآكل تلك المعايير وضعف تحكم المجتمع.

الثقة والمعايير باعتبارهما رأس المال الاجتماعي:

في إطار عمله ضمن (The Foundations of Social Theory (1990) ووعوده بنظرية الاختيار العقلاني، قام Coleman بتقديم مجموعة من المفاهيم ليشرح من خلالها ويتنبأ بوضع الافراد لقراراتهم وسلوكياتهم، وكذلك لفهم كيفية تشكيل الجماعات أو كما اطلق عليها Corporate actors وتحديد الظروف التي تسمح للأفراد والجماعات وتؤثر في اتخاذ القرارات المشتركة.

الثقة: Trust

تعتبر الثقة Trust احدى المفاهيم المفتاحية التي استند عليها الباحث في تحليلاته لرأس المال الاجتماعي، بحيث يضع الأفراد الثقة في أحكامهم وأداء الآخرين، استنادا على اعتبارات عقلانية لما هو افضل من بين البدائل التي تواجههم (Coleman, 1990, p:192)، فالأهم من ذلك، أن البدائل المتوفرة والمتاحة للفرد والتي يمكن ان يتحصل من خلالها على الموارد والمكافآت يحددها الافراد الذين يتعامل معهم، لذلك لا يتوفر للجميع نفس الفرص من حيث تحصيل المقابل rewards، بحيث تتحكم في هذه العملية عدة أبعاد اجتماعية كالسن، الجنس، والطبقة... الخ بحيث يؤثر كل متغير منها في كمية ونوعية الموارد التي يملكها كل من الفرد والآخر الذي يتعاون ويتشارك معه، فبغض النظر عن المزايا والعيوب النسبية التي تنبع من الشبكة العلاقاتية للفرد.

يجادل Coleman بأنه لما يضع الفرد (trustor) ثقته في شخص آخر (trustee) يتحصل الأخير على موارد اضافية يقدمها له الفرد الذي وثق به، وذلك نتيجة اكتسابه صفة "الجدارة بالثقة" trustworthy التي تكسبه فوائد مستقبلية ممكنة، وبالمقابل، يكون من المفيد للوثاق أن يضع ثقته في شخص جدير بالثقة، خاصة لما تكون الفائدة المتحصل عليها أكبر من خطر الخسارة الممكنة في حالة ثبوت عدم جدارة الموثوق به، فنسبة المخاطرة ترتفع

وتراجع بارتباطها بالمعلومات التي يملكها الوثائق في الموثوق فيه وكذلك نسبة الفائدة والخسارة الممكنة، ويؤكد Coleman على فكرة الاختيار والتفكير العقلاني للطرفين قائلاً:

“...*In essence, the decision to place trust in another involves the same rational calculations that are involved in deciding whether or not to place a bet: both entail knowing how much will be lost (the size of the bet), how much can be gained or won, and the chances of winning (the information one has at her disposal)...*”
(Coleman, 1990, p : 99)

المعايير: Norms

يرى Coleman ان المعايير تشكل احد المفاهيم الاساسية المشكلة لرأس المال الاجتماعي، بحيث تعرض لموضوع المعايير من خلال دمجها ضمن منظوره المتعلق بالاختيار العقلاني، أين اعترف بدورها في تقييد سلوكيات الافراد وهو ما لا يمكن تجاوزه في النظرية الاجتماعية، بحيث حاول فحص ظهور المعايير و تشكلها وصفاتها، بالإضافة للعقوبات التي تتماشى معها. قدم Coleman المعايير على انها:

“*Expectations about actions---one’s own action, that of others, or both---which express what action is right or what action is wrong*” (Coleman, 1987, p: 135)

بحيث قد تصف المعايير أفعال معينة، كالتزام الرياضي ببذل قصار جهده في المنافسات التي يخوضها فريقه الرياضي، أو بعض العادات الغذائية والدينية التي تلزم المسلم بعدم أكل الخنزير، أين تشكل هذه الأفعال معايير اجتماعية مؤسسة، ويؤكد الباحث على انه من خلال تعبير الافراد عن توقعاتهم حول افعال الآخرين فإنهم يعبرون من خلالها عن الحق في التأثير في أفعالهم، ومن خلال التزام وتشارك هؤلاء لتلك المعايير فإنهم يعطونهم هذا الحق ويجعلونه مشروعاً، لذلك فان الافراد مطالبين للتنازل عن بعض حقوقهم للسيطرة على افعالهم.

تنشأ المعايير نتيجة للأفعال التي لها آثار خارجية external effects سواء كانت ايجابية أو سلبية بحيث تعمل المعايير على كبح السلوكيات، وبالتالي الخيارات التي يقوم بها الفرد، فإذا كانت المعايير مضمنة داخل التنشئة الاجتماعية، فإن الأفعال بالضرورة مشروطة، فإن اعتمدت الأفعال على العقوبات الخارجية، فإن ذلك يجعل فائدة الفعل تأخذ بالحسبان ان اعتقد الفرد فعلا بأن العقوبات ستطبق أم لا، بحيث يرى Coleman بأن الفرد يمكن ان يخالف ولا يدعن للمعايير، لكنه يختار في اغلب الاحيان الازعان رغم انه قد يرتبط بخسارة مؤقتة قصيرة المدى، لأنه يدرك بأن التمرد على المعايير يشجع الآخرين كذلك على فعل نفس الشيء وهو ما يهدد مصالحه مستقبلا:

“Accepting the legitimacy of other’s right to partially control his action aids in giving him a legitimate right to control similar actions. Rejecting that legitimacy constitutes an action against the legitimacy of his right on those other occasions”

(Coleman, 1987, p: 142)

يتضح لنا من الافكار السابقة، كيف تعمل المعايير على دفع الافراد لاحترام حقوق بعضهم بعضا والاعتراف بمشروعيتها، كما ان عمليات التنشئة الاجتماعية تؤدي الى قبول وإعادة انتاج رموز معيارية خاصة للسلوك، بحيث تصبح المعايير جزءا من الجانب المعرفي للأفراد، وتعمل بالإضافة للعقوبات التي تصاحبها على تنظيم العلاقات بين الفاعلين الاجتماعيين وتضمن للجميع نتائج اجتماعية فعالة، فمن منطلق هذه الوظيفة التي تضبط الافراد، تتدخل المعايير بوصفها كيانات فوقية عن الافراد تؤثر في التكاليف والفوائد التي يضعونها في حساباتهم عند ممارستهم لخيارهم، ويؤكد Coleman على الكيفية التي تعمل من خلالها المعايير في تشكيل رأس المال الاجتماعي قائلا:

“It is in this sense that social norms constitute social capital. Their presence results in higher levels of satisfaction – though perhaps at the cost of reducing the satisfaction of some members whose actions are most constrained by norms Their absence allows individuals to realize greater satisfaction from their own actions, but leaves them with less satisfaction overall, as they suffer from the unconstrained actions of others”

(Coleman, 1987, p: 153)

اتضح مفهوم رأس المال الاجتماعي لدى Coleman مع اعماله التي تناولت رأس المال البشري، ومختلف الدراسات والمفاهيم التي تعرضنا لها، والتي شكلت جميعها ارضية استند عليها الباحث في صياغته لمفهومه حول رأس المال الاجتماعي، بحيث أكد على أنه يشكل موارد مفيدة متاحة للفاعل الاجتماعي من خلال العلاقات الاجتماعية التي يملكها، ويتضمن مجموعة متنوعة من الكيانات وترتكز جميعها على جانب من البنيات الاجتماعية وتسهل بعض الأفعال لبعض الفاعلين، سواء كانوا أفراداً أو شركاء فاعلين ضمن البنية، بحيث صور Coleman رأس المال الاجتماعي جوهرياً كفائدة عامة يشترك الجميع في انتاجها ويستفيد منها كل الافراد الذين يشكلون جزءاً من البنية الاجتماعية، كما أنه يتطلب حتى مشاركة الافراد الذين يبحثون عن مصالحهم الشخصية، اين أكد بأن هؤلاء الافراد قد لا يهدفون ولا يخططون لإنتاج رأس المال الاجتماعي أو الاستثمار فيه، وإنما يحصل ذلك نتيجة حوضهم في مجموعة أنشطة أخرى تحمل أهداف أخرى، وانتهى Coleman الى تحديد ثلاثة اشكال لرأس المال الاجتماعي وهي على النحو الآتي (Coleman, 1988, pp9-11):

1- الالتزامات والتوقعات obligations and expectations:

يتعلق الشكل الأول باحترام الالتزامات والتوقعات القائمة داخل وحدة اجتماعية معينة، ويرتبط بمستوى الثقة الموجودة داخل جماعة اجتماعية، فاحترام الالتزامات داخل مجموعة يكون فيها مستوى الثقة بين الأفراد عالي يجعل توقعات الأفراد الآخرين مضمونة أو سهلة النيل لاستعداد الأفراد الآخرين إجابة احتياجاتهم وتوقعاتهم، بحيث أن هذا البعد يمثل أصل الدراسات التي تضع الثقة أو الشعور بها في قلب فاعلية الجماعات الاجتماعية والمجتمعية.

2- قنوات المعلومات informations channels:

الشكل الثاني لرأس المال الاجتماعي حسب Coleman فيعود للقيمة المحتملة للمعلومة السائرة من خلال العلاقات الاجتماعية التي يتبادلها الافراد، كما أن المعلومة تعتبر جد مهمة، بحيث يتركز عليها الفعل « Action » ويتحقق، فرأس المال الاجتماعي في شكل روابط يشجع الوصول والتحصيل على المعلومة بأقل أو أكبر التكاليف حسب رأس المال الاجتماعي الذي يملكه الأفراد.

3- المعايير والعقوبات norms and sanctions:

الشكل الثالث لرأس المال الاجتماعي فهو يستدعي وجود مجموعة معايير وعقوبات، فوجود معايير و عقوبات فعالة داخل المجتمعات يعتبر عامل مشكّل لرأس المال الاجتماعي ويسهل تحقيق الأهداف، بحيث تعمل المعايير والقواعد على التأثير في تصرفات الافراد، وتسهل الضبط الاجتماعي دون الحاجة لاستخدام أدوات الضبط الرسمية (أدوات الردع، المحاكم...) التي تعتبر جد مكلفة بحيث أن وجود المعايير الفعالة واحترامها تخفض نسبة الجريمة وتشجع نسبة النجاح الدراسي... الخ.

وتعتبر المعايير والاحساس بالثقة والتزامات القرب موارد واقعية أو محتملة تسمح للأعضاء بالتعبئة ضمن حقل معين باعتبارها رصيد، فهذه الأخيرة تشكل سمات لفضاءات اجتماعية خاصة، بحيث أن هذه السمات تتشكل عن طريق ممارسات تركز على رأس مال معين، بحيث أنه كما أن المبادلات الاقتصادية من خلال رأس المال الاقتصادي تهيكّل حقل الاقتصاد أو السوق، فإن ممارسات المآنة الاجتماعية باستخدامها الشكل الاجتماعي لرأس المال تساهم في إنتاج وإعادة إنتاج المعايير والثقة.

- Robert Putnam والاتصالات بين الأفراد والمجتمع المدني:

ان منظور Coleman المتفائل وملخصه أن رأس المال الاجتماعي يخدم المصلحة العامة على نطاق واسع، يتجسد في البحث المؤثر الذي كتبه Putnam تحت عنوان Bowling Alone، بحيث يرى بدوره أن رأس المال الاجتماعي يمثل ركيزة أساسية لحسن الأداء في المجتمعات الصحية والديمقراطية، فالمجتمعات التي تتمتع برأس مال اجتماعي واسع تباهي بمشاركة مواطنيها حيث تسود "شبكات اجتماعية قوية". إن ازدهار المجتمع لا يحصل عن طريق أفراد معزولين يعملون ويعيشون بصورة مستقلة، وإنما بمجموعات أفراد يغذون ويعززون الشبكات التي تلهم تماسك المجتمع، وقد استنتج Putnam من أعمال وتخمينات Coleman أن الالتزامات الاجتماعية والتوقعات، والمعايير تعمل كلها جنباً الى جنب لإثراء العلاقات وبالتالي فان هذه المجتمعات تولد التعددية الديمقراطية.

اكتسبت كتابات Putnam شهرة كبيرة، وجذبت الأوساط العلمية والشعبية على حد سواء، وهذا ليس نتيجة لهيمنة أو إغراء مفهوم رأس المال الاجتماعي، وإنما بسبب تهديد خطر تفتت المجتمعات المتدهورة خاصة في ظل تفكك النسيج الاجتماعي ونزوح الأفراد للانعزالية التي أفلقت وشدت انتباه الرأي العام نتيجة لتحذيرات Putnam:

“The very fabric of our connections with each other has plummeted, impoverishing our lives and communities”

<http://bowlingalone.com>

كانت بداية استخدام Putnam لرأس المال الاجتماعي في كتابه « Making Democracy Work » سنة 1993 والذي هدف من خلاله لفهم أداء المؤسسات الديمقراطية وكيف تؤثر المؤسسات الرسمية على ممارسة السياسة؟ حيث عرف Putnam رأس المال الاجتماعي بأنه يشير "المعالم التنظيم الاجتماعي مثل الثقة و المعايير والشبكات، التي يمكن أن تحسّن من كفاءة المجتمع في تسهيل أعمال منسقة". بعد سنتين تقريباً أصدر Putnam سنة 1995 مقالة بعنوان Bowling Alone أو "اللعب المنفرد للبولنج"، بحيث زادت شهرة مفهوم رأس المال الاجتماعي وميزت انطلاق عدة أعمال تناولت نفس الموضوع لمدة خمس سنوات متواصلة (Ponthieux, 2003, p : 3)، لذلك سنحاول من خلال الخطوات القادمة الوقوف على أهم الدراسات التي أسست لمفهوم رأس المال الاجتماعي لدى Putnam-R.

المشاركة المدنية ورأس المال الاجتماعي: Civic Engagement and Social Capital

أنجز Putnam أول دراساته المهمة حول الحكومات الاقليمية (تمثل هياكل سياسية لا مركزية انشئت في فترة السبعينات، وتم تصورها كترياق لحالة البؤس والفساد التي ميزت البلاد) في ايطاليا، اين اهتم بدور المشاركة المدنية في الاستقرار السياسي والازدهار الاقتصادي بحيث توصل مع باحثين آخرين للقول أن civic-ness أو المشاركة المدنية للمجتمع ترتبط ايجابيا بالتطور الاقتصادي وفعالية الحكومات، بحيث تم قياس مفهوم civic-ness مع

مؤشرات الحياة الجموعية، مقروئية الجرائد، بالإضافة للإقبال الانتخابي وشكلت كلها متغيرات لما يعرف بمؤشر المجتمع المدني Civic Community Index. عمل الباحث وزملاءه على تطبيق هذا المؤشر وتوصلوا لتحديد اقليم مختلفة تحمل مستويات مختلفة كذلك من civic-ness، بحيث تتميز بعض المناطق بشبكات مشاركة مدنية نشطة، في حين تتميز مناطق اخرى مؤسسات مهيكله عموديا، احتكارية ومرتبطة للغاية بالتسلسلات الهرمية، وتميزها ثقافة العزلة المدنية وانعدام الثقة كما توصل Putnam وزملاءه من خلال التحليل الامبريقي لملاحظة تأثير هذه الاختلافات الموجودة في مستوى civic-ness في نجاح الديمقراطية في ايطاليا (Putnam, 1993, p: 163).

شدد Putnam على مفهوم التعاون بين الافراد داخل المجتمع الواحد، واعتبره عاملا ضروريا لتجاوز الصعوبات المتشابهة التي تواجه نفس الأفراد داخل نفس المجتمع، بحيث شرح الشكوك التي يعانها الافراد اتجاه التزام بعضهم لبعض، بحيث يتصور الجميع وبشكل عقلائي بأن الآخر سيتخلى عنه ويتركه يواجه معضلته منفردا.

أكد David Hume على ضرورة ايجاد مجموعة عقوبات ذات مصداقية تضمن عدم تراجع الافراد عن التزاماتهم نحو بعضهم، كما جادل Thomas Hobbes بضرورة تدخل طرف ثالث يضمن تحقيق ذلك بحيث يشير لضرورة تواجد حكومة مركزية، غير ان المجتمعات التي تعتمد على القوة في تحقيق الثقة والحياة المدنية توصلت الى أنها غير مجدية وغير فعالة ومكلفة كذلك، ما يستدعي البحث عن طرق اخرى اكثر ملائمة، فمسألة تدخل الطرف الثالث تعد جزءا من المعضلة التي تواجه المجتمع، لأنها تستدعي توفر صفات وشروط معينة أهمها النزاهة وعدم الحياز بالإضافة للجدارة بالثقة، ولتجاوز المعضلة، تحول العديد من المنظرين لما اسماه Bates "الحلول اللينة" التي تشمل المجتمع والثقة، بحيث يجادل بأن المجتمعات التعاونية ستمكن الأفراد العقلانيين من تجاوز المعضلات الجماعية (Bates, 1988, p: 398)، كما اقترح Paul Seabright بأن التفاعلات المتكررة يمكن ان تشكل عادات تعاون.

يقترح Putnam ان النجاح في التغلب على معضلات العمل الجماعي وهزيمة الذات الانتهازية التي تتكاثر بموازاتها، يعتمد على السياق الاجتماعي الاوسع الذي تتم فيه العملية، بحيث يسهل العمل التعاوني الطوعي في المجتمعات التي ورثت مخزونا كبيرا من رأس المال الاجتماعي الذي يكون في شكل معايير التبادل وشبكات ومشاركة مدنية، ويجادل Putnam بأن رأس المال الاجتماعي في هذا الطرح يشير لميزات التنظيم الاجتماعي كالثقة والمعايير والشبكات التي يمكن ان تحسن فعالية المجتمع من خلال تسهيل تحقيق افعال منسقة coordinated

actions، ويرى بأن رأس المال الاجتماعي يعمل على تحقيق التعاون العفوي بين الفاعلين ضمن المجتمع (Putnam, 1993, p:167).

بتعبير أدق، يساهم رأس المال الاجتماعي في العمل الجماعي من خلال زيادة التكاليف المحتملة للمنشقين؛ تعزيز معايير قوية للمعاملة بالمثل؛ تسهيل تدفق المعلومات، بما في ذلك معلومات عن سمعة الفاعلين؛ تجسد نجاحات المحاولات السابقة في التعاون؛ وتعمل كنموذج للتعاون المستقبلي، ويؤكد الباحث على ما سماه ممارسات المساعدة المتبادلة mutual aid practices التي تمثل في حد ذاتها استثمارات في رأس المال الاجتماعي، ويرى Putnam بأن رأس المال الاجتماعي يميل للتراكم أكثر لدى الافراد الذين يملكونه بنفس الطريقة التي تحدث في رأس المال المألوف (المادي)، كما أن رأس المال الاجتماعي وأبعاده كالثقة والمعايير الاجتماعية بالإضافة للشبكات، ترتفع وتزداد بالاستخدام وتراجع بعدم الاستخدام، وانتهى الباحث وزملاءه بعد مختلف الملاحظات التي استخلصوها حول وضعية المشاركة المدنية في ايطاليا من خلال هذه الدراسة للقول بأن الايطاليين في حاجة لرأس مال اجتماعي أكبر بحيث يؤكدون أن بناء رأس المال الاجتماعي ليس سهل التحقيق، لكنه المفتاح لجعل الديمقراطية تعمل.

المشاركة المدنية في أمريكا، تدهور رأس المال الاجتماعي:

بعد الدراسة التي أنجزها Putnam في ايطاليا، توجه اهتمامه الى بلده أمريكا، خاصة بعد اعترافه بالدور الأساسي الذي يلعبه مفهوم رأس المال الاجتماعي داخل المجتمعات، بحيث أبدى الباحث بالموازاة قلقه حول تراجع المشاركة المدنية، وان المجتمع الأمريكي في طريق الانهيار على المدى البعيد، بحيث قام بتحليل المشاركة المدنية والسياسية في الولايات المتحدة الأمريكية USA وأوضح من خلال البيانات حول الانتخابات وبعض المنظمات، انخفاض المشاركة في الانتخابات الوطنية بالإضافة للمؤسسات السياسية.

بنفس الشكل، أظهر Putnam عن طريق استخدامه لنتائج المسح الاجتماعي العام General Social Survey الى تراجع في الانتماءات والأنشطة الدينية، والنقابات العمالية، وفي المنظمات المدنية والأخوية وركز الباحث على بطولات رابطات البولنج Bowling Leagues التي انخفضت العضوية فيها بشكل ملفت لكن في المقابل، ارتفع البولنج بشكل منفرد « bowling alone » خارج الفرق، وقد اختار Putnam لمقالته العنوان المذكور نظرا لما

تذكره من تجربته في السنوات الماضية من حياته لما كان يتوجه للعب "البولنج" في فترة الخمسينات أين كان الناس يلعبون في فريق، لكن الأمر لم يعد كذلك في أواخر التسعينات، هذا بالإضافة لبعض النشاطات الأخرى التي تتركز أكثر على الفرد ولا تشجع الخوض في الجماعة، بحيث جادل الباحث بضرورة الاهتمام بمسألة رأس المال الاجتماعي وعرفه على أنه:

“Features of social organization such as networks, norms, and social trust that facilitate coordination and cooperation for a mutual benefit” (Putnam, 1995a, p 67)

ويمكن انطلاقاً من الانتباه لتسلسل أعمال الباحث ملاحظة تغير طفيف في تعريفه لمفهوم رأس المال الاجتماعي خلال فترة التسعينات ، بحيث يؤكد كل مرة على مكونات معينة، و يعرفه في موضع آخر على أنه:

“By ‘social capital’ I mean features of social life-networks, norms and trust-that enable participants to act together more effectively to pursue shared objectives”
(Putnam, 1996, p: 66)

بحيث يؤكد كل مرة على المشاركة في الحياة المدنية، التي يرى أنها اتصالات الأفراد مع حياة مجتمعاتهم وليس مرتبطة فقط بالسياسة، كما استنتج أن الحياة تكون اسهل داخل مجتمع يحمل مستوى أو درجة عالية من رأس المال الاجتماعي، وعبر الباحث كذلك انزعاجه من تآكل "الثقة" مبرزاً الارتباط المعبر والكبير الذي يجمع العضوية الجموعية بالثقة الاجتماعية، وحاول الباحث تفسير تراجع رأس المال الاجتماعي من خلال تعدد بعض العوامل: كتحرك النساء في القوى العمالية، بالإضافة للحراك وبعض التغيرات الديمغرافية كالعزوف عن الزواج وارتفاع نسب الطلاق، وتراجع الولادات، وتعديل التكنولوجيا لمفهوم الترفيه the technological modification of leisure بحيث بيّن ذلك قائلاً:

“A significant effect of its arrival (TV) was the reduction in participation in social recreational and community activities among people of all ages. In short, television privatizes leisure time” (Putnam, 1996, p: 72)

وافترض الباحث وتوج التلفزيون كالمذنب الأكبر في النقاشات المرتبطة بالموضوع، بحيث جادل بفكرة أن الأفراد يقضون أوقاتاً أقل في بناء العلاقات الشخصية نتيجة لأنهم يقضون أوقاتاً أقل كذلك في المشاركة في النشاطات الاجتماعية باحثين عن ملاحقة الانزواء والتفرد كمشاهدة التلفزيون، بحيث ارتبطت مشاهدة التلفزيون سلبياً بالثقة الاجتماعية وعضوية المجموعات، فكل هذه السلبيات تعجل بتناقص المشاركة المدنية وتحبس الأفراد في مجالات وفضاءات ضيقة تؤدي إلى استنزاف ارسدتهم واحتياطاتهم من رأس المال الاجتماعي.

أدرك Putnam أهمية رأس المال الاجتماعي الذي عمل على دراسته العديد من الباحثين، وأكد على هذه الفكرة في عمله سنة 2000 والذي كان نتاج عمل فريق بحث كامل، استند فيها إلى بيانات جديدة واسعة أراد من خلالها أن يظهر كيف أن الأمريكيين انفصلوا بشكل متزايد عن عائلاتهم وأصدقائهم وجيرانهم، وكيف يمكن أن يعيدوا الاتصال، بحيث ناصر فكرة أن الروابط الاجتماعية تجعل حياتنا أكثر إنتاجاً، وعرف رأس المال الاجتماعي على أنه:

“Connections among individuals-social networks and the norms of reciprocity and trustworthiness that arise from them”

(Putnam, 2000, p: 19)

كما أكد الباحث على أن الشبكات هي حقيقة أكثر من مجرد اتصالات، بحيث تنطوي على التزامات متبادلة، فالمجتمعات والشبكات ترتبط بالجدارة بالثقة التي تؤدي إلى تزييت وتشحيم Lubricates الحياة الاجتماعية.

تدفق الديمقراطية: Democracies in flux

إنهى Putnam في عمله السابق Bowling Alone, The collapse and revival of American social community (2000) لتحديد بعض الأسباب المؤدية لتدهور المشاركة المدنية والترابط الاجتماعي connectedness في المجتمع الأمريكي، كما اقترح على الفاعلين الاجتماعيين تسخير الوسائل الفردية والجماعية من أجل استرجاع المجتمع الأمريكي.

أكد الباحث في كتابه Democracies in Flux (2002) على فكرة أن "الديمقراطيات الصحية" هي تلك التي تعتمد على المشاركة المدنية، والتي ترتبط ارتباطاً وثيقاً برأس المال الاجتماعي، الذي قدم له هذه المرة كذلك تعريفاً يقترب من التعريفات السابقة بحيث يرى أنه:

“We describe Social networks and the associated norms of reciprocity as social capital, because like physical and human capital (tools and training), social networks create value, both individual and collective, and because we can invest in networking.” (Putnam, 2002, p: 8)

بحيث يصر الباحث على أهمية الشبكات الاجتماعية، لكنه يذكر بأنها لا ترتبط فقط بالفوائد المادية التي تسمح بتحصيلها، بحيث أشارت أدبيات عالمية واسعة لأنها ترتبط كذلك بجانب مهم من حياة البشر وهي السعادة النفسية، أو ما يسمى subjective well-being ، بحيث تقترح ان رأس المال الاجتماعي يمكن ان يكون اكثر فائدة وأهمية لرفاهية الانسان أكثر من السلع المادية، فقد أثبتت عشرات الدراسات أن النفوذ لرأس المال الاجتماعي يشكل سببا في الوصول للسعادة البشرية، وهو الموضوع الذي سنتطرق اليه في الخطوات القادمة.

في اطار التقسيمات التي وجدت حول مفهوم رأس المال الاجتماعي، اعترف Putnam بعدم وجود تصنيف نظري ومنهجي واحد لأشكال رأس المال الاجتماعي، لكن مراجعة الأدبيات بينت أربعة اختلافات يمكن استخلاصها على النحو الآتي (Putnam, 2002, p: 9-11):

1- رأس مال اجتماعي رسمي و غير رسمي Formal VS Informal

يرتبطان أساسا بوجود مجموعات رسمية (كالنقابات العمالية) في حين توجد أخرى غير رسمية كمجموعة الأشخاص الذين يتجمعون في نفس المقهى، بحيث يشكل كلا المجموعتين شبكات، كما يمكن أن يظهر التبادل في شكل مكاسب خاصة أو عامة.

2- رأس مال اجتماعي سميك و رقيق Thick VS Thin

يستند هذا التمييز على أساس الاختلاف في الروابط القوية والضعيفة، بمعنى الفرق بين الاصدقاء المقربين والمعارف، بحيث تعتبر الروابط القوية مهمة من اجل الدعم الاجتماعي، في حين تتجسد أهمية الروابط الضعيفة من حيث أنها تسمح بالنفوذ للمعلومات التي لا توفرها الروابط القوية.

3- رأس مال اجتماعي بمظهر داخلي وخارجي Inward-looking VS outward-looking

بعض أشكال رأس المال الاجتماعي تحمل مظهر داخلي، ذلك لأنها تدعم مصالح أعضائها، في حين تحمل أخرى مظهر خارجي، ذلك لأنها تعزز المصلحة العامة، فالمنظمات العمالية تعبر عن المجموعات ذات المظهر الداخلي، في حين يمثل الهلال الأحمر مثال للمجموعات ذات المظهر الخارجي لأنه خيرى بالدرجة الأولى. كما يجادل Putnam بأن كلاهما ايجابي لأن المستفيد الأكبر هو المجتمع.

4- رأس المال التجسير والروابط Bonding VS Bridging

Bonding: رأس مال الروابط هو نتاج العلاقات الاجتماعية القوية مثل علاقات القرب المنبئية على التشابه، الحميمية، والاتصالات المتكررة مثل التي تحدث بين أفراد العائلة والأصدقاء المقربين، هذه العلاقات تميل لأن تكون متجانسة، استثنائية تولد ما سماه Coleman بالثقة السمكية (Thick Trust) التي تكوّن بين الأفراد الذين يتقاسمون خلفية متشابهة، معتقدات وآراء، بحيث يتوقّر الدعم العاطفي المتين والقدرة على حشد المعونة الاقتصادية ان استلزم الأمر (لعليجي، 2012، ص: 68-69).

التجسير **Bridging**: على نقيض ما سبق، رأس المال "التجسير" هو نتاج الاتصالات بين الشبكات المختلفة، ينتج عن العلاقات الاجتماعية الضعيفة التي تحدث حين يكون الأفراد من مختلف الخلفيات علاقات فضفاضة Loose Relationships مع بعضهم البعض، فهذه العلاقات الضعيفة تميل لكونها غير متجانسة اجتماعيا وغير مكلفة ماديا من أجل الحفاظ عليها، و تولد الثقة الرقيقة (Thin Trust) والتي تكون أكثر شمولاً بين مجموعة واسعة من الناس.

ركزت الكثير من الدراسات التي تناولت رأس المال الاجتماعي بالدراسة على الشكلين الاخيرين لرأس المال الاجتماعي (Bonding-Bridging) باعتبارهما عنصرين يساعدان على قياس المفهوم والتحكم فيه اميريقيا، وقد جادل الباحث على اهميتهما باعتبار ما يقدمانه من فوائد للفرد والمجتمع، بحيث يشكلان مصدرا للشبكات الاجتماعية، وأنماط مختلفة من العلاقات الاجتماعية، التي تشكل بدورها اسلوبا لتجاوز التهديدات التي تواجه الفرد، بحيث يرى Putnam ان رأس مال الروابط يمثل الصمغ superglue الذي يمسك المجموعات والمجتمعات، ويقوي الهويات الحصرية exclusive identities ويعزز التماسك الداخلي للمجموعات. يمثل بالمقابل رأس مال التجسير الزيت oil بالنسبة للمجموعات والمجتمعات وذلك بعمله على "تمليس" العلاقات بين الافراد والمجموعات، بحيث يشكل مفهوم Bridging ما يدعوه Granovetter الروابط الضعيفة Weak Ties أو structural holes لدى Burk وتمثل في الحقيقة الشبكات التي تضع جسرا يصل بين الفجوات الاجتماعية ويشجع عدم التجانس داخل المجموعات والمجتمعات، ويعزز الهويات الشاملة inclusive identities ويقلل من المخاطر الزائدة.

جادل Putnam بأن انتاج رأس المال الاجتماعي يكون بفعل التفاعلات المتكررة بين الأفراد، ويستغرق تكوينه مدة زمنية طويلة، وزيادته هي عملية معقدة أكثر من مجرد تشكيل فرق للبولنج بحيث يقول:

“Social capital is usually developed in pursuit of a particular goal or set of goals and not for its own sake”

(Putnam, 2003, p: 10)

من هذا المنطلق، يؤكد Putnam ان تكوين رأس المال الاجتماعي يتطلب ثقة أكبر بين المتعاونين داخل المجتمع، وهو ما يسمح بحل المشاكل المشتركة، تقاسم المعلومات، التعامل بسلاسة، الحفاظ على الصحة، ما ينمي الشعور بالانتماء ويجعل الأفراد اجتماعيين، ويؤدي لتراكم رأس المال الاجتماعي مرة أخرى.

4- رأس المال الاجتماعي من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية:

عرفت الانترنت منذ انطلاقتها جدلا كبيرا في الأوساط الأكاديمية، وتعددت الآراء حولها بين حاملي نظرة تفاؤلية إيجابية باعتبارها أداة فعالة تساعد على ربط العالمين الواقعي والافتراضي، وبين باحثين حاملي نظرة تشاؤمية متخوفة من آثار استخدامها على المجتمعات متهمين اياها بتذوير المجتمعات ودفع الأفراد للانعزالية والتهيان في عالم افتراضي يصرفهم عن علاقاتهم في عالمهم الواقعي الملموس، وفي هذا الصدد، تم القيام بالعديد من الدراسات التي اهتمت بموضوع علاقة الإنترنت واستخداماتها العامة general internet use برأس المال الاجتماعي، بحيث تراوحت الدراسات بين افتراض أن الانترنت ترفع increase أو تُخفّض decrease رأس المال الاجتماعي، وافترض ثالث يتوسط النظرتين بالقول أن الانترنت تكمل supplement رأس المال الاجتماعي.

يرى بعض الباحثين أن استخدامات الانترنت تؤدي إلى تخفيض رأس المال الاجتماعي وقد توصل Nie 2001 إلى أن مستخدمي الانترنت لديهم تفاعلات قليلة وجها لوجه في العالم الواقعي، مستخلصا هذه العلاقة عن طريق تشبيه مستخدمي الانترنت بالمفرطين في مشاهدة التلفزيون Heavy television watchers أين يرى أن استخدام الانترنت يُلهي الأفراد عن محيطهم الاجتماعي وعلاقاتهم في العالم الواقعي وبالتالي يخفّض رأس مالهم الاجتماعي (Nie, 2001, p : 426).

يوضح بعض الباحثين أن التفاعلات على الخط ليست في نفس مستوى تفاعلات الوجه لوجه ولا حتى التفاعلات عبر الهاتف، بحيث يرون أن الروابط التي قد تنشأ في العالم الافتراضي لا تملك المقدرة على تعزيز صداقات معقدة ولا توفر الموارد غير الملموسة مثل الدعم العاطفي... كالتّي توفرها تفاعلات العالم الفيزيقي، وقد وجّه في هذا الصدد Putnam رسالة شخصية بتاريخ (10 جانفي 2000) إلى Barry Wellman يشرح له من خلالها أنه مخطئ في اعتقاده بأن التفاعلات الافتراضية في نفس مستوى التفاعل وجه لوجه، ويخاطبه من خلالها قائلاً:

“I think you are a wild-eyed optimist to think that person-to-person networks are just as good as, if not better than old fashioned door-to-door (or rather faces-to-faces) networks”

(Wellman, 2001, p : 3)

يرى بعض الباحثين بأن الانترنت تتنافس مع نشاطات أخرى ضمن 24 ساعة اليومية، بحيث تم التوصل إلى نتائج توضح أن الأوقات المقضية في استخدام الانترنت تبعد الأفراد عن تفاعلات أخرى داخل أو خارج العائلة بحيث يمكن أن تشتت انتباههم عن محيطهم الفيزيقي، فلمّا يكونون على الخط فإنهم لا ينتبهون لمحيطهم الفيزيقي والاجتماعي ويبقون مشدودين لما تقدّمه لهم شاشات الكمبيوتر وقد شبه الباحثون تأثير الانترنت بتأثير التلفزيون الذي يؤدي إلى تخفيض التفاعل داخل البيوت حسب نتائج بعض الدراسات.

كما يبين فريق آخر من الباحثين أن الانترنت قد تكون مصدراً للاكتئاب وتخفيض التفاعلات وتدفع الأفراد للانعزالية، فقد توصلت دراسة مطولة إلى وجود علاقة بين زيادة استخدام الانترنت وانخفاض التواصل الاجتماعي خارج الخط وزيادة الاكتئاب والشعور بالوحدة depression and loneliness كما أن الانترنت تعزز العلاقات الضعيفة على الخط مع أشخاص غرباء Weak online ties (Ibid , p :4) وتخفف في نفس الوقت الروابط القوية خارج الخط.

يرى الاتجاه الثاني أن استخدامات الإنترنت تؤدي إلى رفع رأس المال الاجتماعي، وقد توصل كل من Haward (2001) and all في دراستهم لعينة واسعة من مستخدمي الانترنت أن "الانترنت تسمح للأفراد بالبقاء في اتصال مع عائلاتهم وأصدقائهم كما في حالات عديدة تسمح بتوسعة شبكاتهم الاجتماعية" بحيث أن أغلبية أفراد العينة أجابوا بأن استخدامهم للبريد الإلكتروني وارسالهم رسائل لأقاربهم يزيد من معدل الاتصال بين أفراد العائلة وأظهرت هذه الدراسة أن الأدوات المستخدمة على الخط (online tools) تسمح بتوسعة الاتصالات الاجتماعية بدل الانقاص منها أو إضعافها (Bargh, 2004,p : 10).

يرى أنصار هذا الاتجاه أن الإنترنت تلعب دوراً إيجابياً في حياة الأفراد أين تسمح بإنشاء أشكال جديدة من التفاعلات والمآمنة الاجتماعية على الخط وتعزز العلاقات خارج الخط ولها القدرة على استرجاع واستعادة

Restore المجتمع بتوفيرها فضاء يساعد على لقاءات بناءً على اهتمامات مشتركة تتجاوز المعوقات الزمنية و المكانية، بحيث أوضحت بعض الدراسات أن العلاقات المتشكلة في الفضاء الافتراضي تستمر للفضاء الفيزيقي ينتج عنها أشكال مجتمعات جديدة تعتبر خليط لتفاعلات تحدث في العالمين الافتراضي والفيزيقي، كما أن التفاعلات الافتراضية تسد فجوة اتصالية حادثة في اللقاءات وجه لوجه.

يوضح الباحثون أن الانترنت تشجع على الاتصال خارج الخط تماما كما تفعل على الخط، فهي توفر وتتيح فرصا للاتصال بالأصدقاء والأقارب بأقل تكلفة وتشجع اللقاء وجه لوجه وعن طريق الهاتف باعتبار أن أفراد الشبكة الواحدة يصبحون أكثر وعيا ببعضهم البعض واحتياجات بعضهم البعض وهذا ما يحفز علاقاتهم ويجعلها أكثر تواترا، ويدفعهم ذلك لتبادل ما يفضلونه من أغاني وصور وملفات أخرى، والقيام بمواعيد على الخط تنتقل لوسيلة أخرى (الهاتف في أغلب الأحيان) ثم اللقاء وجه لوجه (Ibid, p:12)

وفرة المعلومات على الخط (plethora of information) الموجودة على الوآب وسهولة استخدام محركات البحث تجعل الوافدين الجدد يجدون ما يفضلونه وهذا ما يشجعهم على الانضمام، هذا يوضح علاقة أنه إذا كانت الانترنت ترفع رأس المال الاجتماعي للأفراد فإن الاستخدام العالي للانترنت يؤدي إلى اتصالات شخصية أكبر خارج الخط و تزيد الالتزام اتجاه المجتمع.

يتوسط الاتجاهين القائلين بأن الانترنت تخفض رأس المال الاجتماعي و القائل بأنها ترفعه اتجاه معتدل يقول بأن الإنترنت تقوم بتكملة رأس المال الاجتماعي باعتبارها تكنولوجيا جديدة لكن دون أن يعطيها -هذا الاتجاه- دورا محوريا في تشكيل الاتجاهات الاجتماعية، بحيث يحاول الدارسون فهم الانترنت في سياق حياة الفرد بشكل عام وكيف ادجت في ايقاعات الحياة اليومية أين يتم اعتبار الحياة على الخط امتدادا لنشاطات الحياة الواقعية (offline) وقد توصلت بعض الدراسات إلى أن الانترنت تشكل تكنولوجيا متعددة الأبعاد يتم استخدامها بنفس الطريقة التي يستخدم بها التكنولوجيات التقليدية وبالتالي تكون الانترنت وسيلة اتصالية اضافية مكتملة للهاتف و الاتصال وجها لوجه، غير أنها يمكن أن تكون أكثر ملائمة وأقل تكلفة (Flanazan,2001,p : 153).

كما يرى أصحاب هذا الاتجاه أن تأثيرات الانترنت على المجتمع ستكون مهمة لكنها تطورية، لا تحدث مرة واحدة، تماما كما أحدث الهاتف عند ظهوره أين عمل على مواصلة تكثيف التحولات الاتصالية بين الأشخاص

من (باب-لباب) إلى (مكان لمكان) وصولاً إلى شبكات (فرد لفرد)، ومنه يبقى التواصل وجهها لوجه وعن طريق الهاتف موجوداً وقائماً، غير أن الإنترنت حلت لتكملة هذه الاتصالات وتشجيع الاتصال وتسهيله عند الأفراد المشتتين جغرافياً والحاملين لاهتمامات مشتركة (Fischer, 1992, p : 16) .

تستخدم الإنترنت حسب هذا الاتجاه من أجل الحفاظ على الروابط مع الأصدقاء بحيث يتفاعلون بشكل ثنائي (في أغلب الأحيان)، فتعد بذلك أداة فعّالة للحفاظ على الاتصال بين الأصدقاء المبعثرين جغرافياً و اجتماعياً، ويتضح أن تأثير الإنترنت على العلاقات الاجتماعية وعلى رأس المال الاجتماعي يعتبر مكملاً، خلاف الاتجاهين Utopians و Dystopians، باعتبار أن استخدام الإنترنت ليس نشاطاً موحّداً، فقد تم ملاحظة اختلاف الاستخدامات بين الأفراد الباحثين عن التفاعل وإنشاء العلاقات وبين الذين يستخدمونها كأداة تساعد على القيام بأنشطة فردية Solitary تبقّهم بعيدين عن أقرانهم ومجتمعاتهم، بالإضافة إلى أن قيام المستخدمين ببعض الأنشطة على الخط قد يساعدهم في توفير أوقات يقضونها مع عائلاتهم وأصدقائهم خارج الخط، ومنه يمكن استخلاص أن غالبية الأبحاث التي ذكرناها من خلال التوجهات الثلاثة تميل للقول بأن استخدامات الإنترنت تحمل أثر إيجابي في تكوين والمحافظة على رأس المال الاجتماعي وممارسات المآمنة. (Wellman 2001, p 09)

بالرغم من تواصل الحرب الفكرية بين cyberoptimists و cyberpessimists يتضح أن الآثار الإيجابية والسلبية للإنترنت على رأس المال الاجتماعي تتوقف على الطريقة التي يتصور بها الباحثون الوسيلة وكيف يستخدمها الأفراد و بالتالي، ليست التكنولوجيا هي التي تؤثر على رأس المال الاجتماعي عند الأفراد لكن الطرق المختلفة التي يستخدم من خلالها هؤلاء الأفراد للتكنولوجيا وهذا ما يفسر النتائج المتضاربة المتوصل إليها، بحيث أن الأنشطة على الخط ارتبطت بزيادة و تراجع رأس المال الاجتماعي (Young, 2008, p : 35).

كانت البحوث الأولى المهمة بالإنترنت تميل لمعاملة كل الخدمات والمستخدمين ككتلة واحدة « monolithically » أين افترضوا ضمناً أن كل استخدام للإنترنت له نفس الآثار على معظم المستخدمين على حد سواء دون تمييز، لكن تطور الإنترنت وخدماتها التي أصبحت أترى وأغنى خاصة مع التطبيقات الجديدة التي اعتمدت على تكنولوجيا Web (2.0) والاعلام الاجتماعي الذي فتح الباب لإبداعات المستخدمين ومشاركتهم في إنتاج المحتويات من جهة، بالإضافة إلى تنوع المستخدمين أنفسهم وعدم تجانسهم من جهة أخرى، جعل الباحثين يتساءلون إن كانت أنماط استخدامات الإنترنت وخدماتها المتطورة بشكل مختلف (الاتصال بالعائلة

والأصدقاء، التعرّف على أشخاص جدد، إيجاد المعلومات... لها تأثيرات مختلفة على رأس المال الاجتماعي عند الأفراد غير المتجانسين ديمغرافيا والمختلفين في مواردهم الاجتماعية (Bessier, 2008, p : 45).

صمّمت مواقع شبكات التواصل الاجتماعية (SNSs) لربط الأفراد بأصدقائهم وعائلاتهم وعلاقات قوية أخرى strong ties كما أنّها تعتبر أداة فعّالة للحفاظ على الاتصالات مع عدد أوسع من المعارف والعلاقات الجديدة، من أجل ذلك فهي تمتلك إمكانية قوية للتأثير على رأس المال الاجتماعي عند الأفراد وعلاقات الصداقة لديهم، حيث تشكّل مواقع شبكات التواصل الاجتماعية في حد ذاتها منصّات غنية تسمح لعدد كبير ومتنوع من المستخدمين بالانضمام إلى المجموعات واللّعب وتقاسم المحتويات، وبث الأخبار، وتبادل رسائل خاصّة الخ... فالاتصالات التي يقوم بها الأفراد عبر المواقع التواصلية تعمل على توليد رأس المال الاجتماعي الذي يخدم العديد من الوظائف، بحيث تشكّل هذه الاتصالات منبع الدّعم العاطفي والاقتصادي، و فرص للتعليم والعمل، وطريقة لجمع المعلومات على كل ما يدور في العالم، وبالتالي، فمن خلال تأثيرها على تطوير والمحافظة على رأس المال الاجتماعي فإن نوع ومدى الشبكات الاجتماعية التي يطورها الأفراد لها تأثير كبير على هيكله حياتهم اليومية.

توفر الكثير من هذه المواقع للمستخدمين سبيل مصمّم خصيصا لتطوير الشبكات الاجتماعية والتي تتضمن بدورها المجتمعات الافتراضية التي يستخدمها الأفراد لهيكله علاقاتهم القائمة مع الأصدقاء، والعائلة والزملاء، كما يستخدمونها لإنشاء علاقات اجتماعية جديدة، ويرى Adkins :

"فبالنظر للطبيعة الكونية للاتصالات على الخط، فإنه عادة ما تكون العلاقات الجديدة

التي يكونها المستخدمون مع بعضهم البعض فضفاضة و غير متجانسة، لكنها مع ذلك تشكّل

مكونات حيوية ضمن الشبكة الاجتماعية العامة للفرد" (Adkins, 2009, p : 09).

ويشير رأس المال الاجتماعي بشكل عام للفوائد التي يتلقاها الأفراد من علاقاتهم الاجتماعية بحيث يتم تصوره كسبب ونتيجة للعلاقات الاجتماعية والتفاعلات بين الأفراد، وتعمل مواقع شبكات التواصل الاجتماعية على تعزيز المجتمعات القائمة في الفضاء الواقعي وتسهّل تراكم رأس المال الاجتماعي، فقد توصلت البحوث إلى أن مستخدمي الفايسبوك يبادرون للبحث Searching على أفراد لهم علاقات (صداقة، زمالة...) معهم في العالم

الواقعي، أي خارج الخط Offline كخطوة أولى، ثم يتصفّحون Browse لإيجاد غرباء للتعرف عليهم ولقائهم كمرحلة ثانية (Lampe, 2006, p : 12).

لاحظ الباحثون أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعية تدعم الحفاظ على الروابط الاجتماعية الموجودة Existing Social Ties كما تسهّل إنشاء علاقات جديدة مع المستخدمين آخرين، وقد أثبتت عدة دراسات أن مستخدمي هذه المواقع يربطون علاقات مع غرباء عنهم تماما بعيدين عن جماعاتهم الاجتماعية الأولى في الواقع بحيث يعتمدون لتشكيل مجتمعات على الخط قائمة على اهتمامات مشتركة shared interests عكس الأولى القائمة على حيز جغرافي shared geography واحد. وقد كانت الافتراضات الأولى لهذه الدراسات أنه لما تتداخل الشبكات الاجتماعية على الخط وخارجه، تكون وجهة العلاقات من الافتراضي إلى الواقعي، بحيث تنتقل العلاقات المكوّنة في الفضاء الافتراضي إلى العالم الواقعي أين يلتقي الأفراد وجهًا لوجه، وقد توصّل كل من Parks and Floyd في دراستهما أن ثلث one-third المجيبين قد التقوا لاحقًا الأفراد الذين كانوا على اتصال معهم افتراضيا في العالم الواقعي. (Valezuela, 2009, p: 11)

المراهقون ومواقع شبكات التواصل الاجتماعية

Teenagers and SNSs

Mobile phones and social networking sites make the things teens have always done – defining their own identity, establishing themselves as independent of their parents, looking cool, impressing members of the opposite sex – a whole lot easier."

Amanda Lenhart

1- اشكالية تناول مستخدمي التكنولوجيات:

يواجه الباحث أثناء مراجعته للأدبيات المتعلقة بموضوع معين العديد من المفارقات التي تجعل وضوح خياراته النظرية أمرا صعبا، ففي تناولنا لموضوع استخدامات مواقع شبكات التواصل الاجتماعية، وبالخصوص تحديد الجمهور المستخدم المفترض لموقع فايسبوك، اعترضتنا العديد من الصعوبات في محاولتنا تحديد الفئة الجديدة بالبحث باعتبار تعدد المتغيرات، ويشكل السن متغيرا أساسيا يحتاج من خلاله الباحثون لإثبات تمايز الاقبال على التكنولوجيات والخوض معها والاستخدامات الناتجة عن العلاقة أو العلاقات المعقدة التي تربط المستخدم بالتقنية، ويجادل البعض بتميز الانترنت ومواقعها التفاعلية وتوفرها على منصات لتجميع المستخدمين اعتمادا على متغيرات عديدة وكذلك الأنماط الاستخدامية والممارساتية المرتبطة بها، ويصرون على أنها تختلف عن المراحل السابقة للحوسبة والمعلوماتية:

« *La présence d'Internet a transformé les conditions d'usage des TIC. Ainsi, les usages collectifs et en réseau sont devenus importants, presque omniprésents. On assiste au surgissement de communautés d'utilisateurs en ligne, de communautés de pratique...* » (Proulx, 2005, p : 5)

ومهما يكن، يلاحظ المتأمل للأبحاث التي تناولت مواقع شبكات التواصل الاجتماعية والفايسبوك خاصة شبه اجماع بين الباحثين حول حقيقة ان غالبية المستخدمين هم من الشباب، ويرجع ذلك لعدة اعتبارات تاريخية وسياقية وتكنولوجية وضعت هذه الفئة في علاقة مباشرة مع الفايسبوك، لكن وبالرغم من ذلك، يلف مفهوم الشباب الكثير من الغموض خاصة اذا اعترفنا انه يبنى اجتماعيا تصممه عوامل عديدة، قد ينطلق ويستمر و ربما يمدد ويتلاعب به ايدولوجيا خاصة في مجتمعاتنا ذات الازمات المستدامة على حد تعبير سعيد لوصيف، ومن ذلك، يقترح بعض الباحثين ضرورة اعادة تقييم مفهوم الشباب، منطلقين من فكرة أنه ليست العلاقات بين الأعمار هي التي تنشأ التغير أو الاستقرار في المجتمع، وانما التغيرات في المجتمع هي التي تفسر العلاقات بين مختلف الأعمار،

“This means that the focus on youth is not on the inherent characteristics of young people themselves, but on the construction of youth through social processes (such as schooling families or the labour market) Young people engage with these institutions in specific ways, in relation to historical circumstances” (Wyn and White, 1997, p: 8-9)

ويبين Tayeb Said-Amer في سياق حديثه عن مقاومة الشعب الجزائري لممارسات السلطة بعد الاستقلال كيف أنها اتخذت شكلين، الأول: سلبي *passive* وارتبط بالانتقام بأشكال متعددة أهمها تهديم وتدمير الممتلكات العمومية، والثاني: نشط *active* عرف بدايته مع المظاهرات العنيفة التي عرفتها سنوات الثمانينات ضد الرئيس شادلي بن جديد وما تبعها من أحداث (Tayeb, 2000, p: 31)، ويضيف Kamel Rarrbo أن الجزائر لم تتعرف على شبابها ولم تكتشفه إلا بعد تلك المرحلة الحساسة، ذلك بعد ان اعتبرته لمدة طويلة من الزمن كموضوع هامشي، ويرى Rarrbo أن الفضاء العلمي الجزائري *l'espace scientifique* وخاصة العلوم الاجتماعية التي انتجت العديد من الأعمال المهمة بالتطور الاقتصادي والثورة الزراعية ودمقرطة التعليم... الخ لم تهتم بالشباب إلا في اطار انتقاده أو في اطار ثنائية الاصاله والمعاصرة أو بالتركيز على انحرافه الاجتماعي، وتصويره على أنه المتسبب في كل العلل المجتمعية التي عرفتها البلاد، بمعنى آخر منبع وسبب كل المشاكل:

« Plus tard, c'est a dire dans les année 80, la jeunesse algérienne est perçue socialement a travers la crise économique, culturelle et sociale, associée aux fléaux sociaux a la décadence sociale, a la démographie exceptionnelle de l'Algérie, sources et causes de tous les problèmes : crise du logement et de l'habitat, crise de l'emplois, baisse de la qualité de l'enseignement, perte de l'identité culturelle et religieuse... Bref, la jeunesse algérienne est dans le box des accusés dans l'imaginaire social »

(Rarrbo, 1995, p : 34)

فبالرغم من تسبب الشباب بالإضافة للشرائح العمرية الأخرى في كثير من المشاكل المجتمعية، إلا أنه من السذاجة اعتباره فئة موحدة تتشارك في نفس الممارسات والتصورات الذهنية والرمزية، أو اختصار وجوده انطلاقاً من ملاحظات هامشية تفتقد للتحليل الكافي والصرامة العلمية، وعليه فإنه ينبغي الانتباه للاختلافات الموجودة داخل المجتمع خاصة إذا تعلق الأمر بالشباب، وهو ما يطرحه Rarbo:

« *Les jeunes ne forment pas un tout homogène, un corps unifié socialement et idéologiquement. Et, s'ils formaient quelque chose, ça serait probablement une mosaïque de situations, de conduites et de représentations* » (Rarbo, 1995, p : 13)

من هذا المنطلق، سيكون المرور على موضوع البناء الاجتماعي لمفهوم الشباب والمراهقة ضرورياً، ذلك بالإضافة لمبررات تميز هذه المرحلة العمرية خاصة في جانبها النفسي والاجتماعي، مع الإشارة للتصورات الحالية لعلاقتهم بالإبداعات التكنولوجية وما نتج عنها من جدل ونقاشات.

2- البنائية الاجتماعية Social Constructionism

ظهرت البنائية الاجتماعية كمنظور هام ضمن العلوم الاجتماعية، تجذورها في الظاهراتية، لكنها ربطت مؤخراً بما بعد الحداثة postmodernism ، وبالنظرية النقدية والتأويلية، واستنتج البعض وجود بعض نقاط التماس التي تجمعها مع المنهجية الاثنية ethnology وأعمال Foucault ، ومهما يكن، يظهر أن للبنائية الاجتماعية أوجه متعددة، فعلى نحو عام، يحتاج الباحثون بأنها ظهرت في نقيض للوضعيات Positivism وتتأسس على فكرة أن الحقيقة تبنى اجتماعياً.

يميل الباحثون لاستخدام كل من مفهومي البنائية constructivism والبنائية الاجتماعية Social constructionism بشكل متبادل ويدرجونهما تحت المصطلح العام constructivism لا سيما من جانب Charmaz (2000, 2006) بحيث تقترح البنائية أن كل فرد يبني عالم الخبرات عقليا من خلال السيرورات المعرفية في حين أن البنائية الاجتماعية تركز على الجانب الاجتماعي بدلا من الفردي، بمعنى آخر، العلاقات الأدائية الاجتماعية والتفاعلية المعقدة بين هويات الأفراد، وكيف يتم انشاء المعرفة والحقيقة ولا يتم التوصل اليها عقليا، ويشرح كل من Shotter and Gergen مفهوم البناء الاجتماعي قائلين:

“a process of creation, expression, and reinforcement of understanding and acknowledgement of a phenomenon through continuous social interaction of social agents situated in certain environments, identified politically, socio-economically, and culturally” (Shotter & Gergen, 1994, p:3)

ويرى Hacking 1999 بأن النقطة الأساسية لمقاربة البنائية الاجتماعية والتي جعلتها تحقق هذا النجاح هي قدرتها على اظهار بأن الظواهر التي تبدو طبيعية هي في الحقيقة اجتماعية، وتكرر هذه الفكرة بشكل جلي وبأكثر عمقا مع أعمال Berger & Luckmann وذلك من حيث أنهما ومن خلال استعارة "البناء" metaphor of construction أشارا بأن:

"الظواهر التي تبدو طبيعية ليست فقط "اجتماعية" وإنما تُحطَّط لها عمدا وبالتالي خلقت

بالتلاعب manipulatively ، وبالتالي هي من اختلاقات وافتراءات الإنسان human

fabrications، وبذلك يصبح الكشف عن هذه الافتراءات التعسفية أحد الأهداف

المغرية للبنائية الاجتماعية" (Alvesson, 2010, p: 36)

من جانب آخر، يبينها Berger & Luckmann الى أنه وبالرغم من أن المجتمع هو نتاج النشاط البشري، إلا أن هذا المنتج product يفعل بالمقابل في مُنتجه producer ، بحيث يُعاش الفرد النظام الاجتماعي بوصفه حقيقة موضوعية يجب ان يتعامل معها طوال حياته، وجدت قبل ولادته ومن المرجح أن تبقى بعد وفاته، ولا يمكنه الهروب منها أو تجنبها، (Storr, 2009, p : 3) فالمؤسسات كالدول، الأسواق، الأسر، التجمعات... الخ التي تُكوّن العالم الاجتماعي تملك قوة قسرية وجبرية من خلال سلطتها المطلقة على انتاج الحقائق facticity وكذلك من خلال آليات الرقابة المرتبطة بها، ومن ذلك تصبح البنى الاجتماعية مسببات مادية للفعل الانساني.

اهتم (Berger & Luckmann 1991) بطبيعة وبناء المعرفة، كيف تظهر وكيف تصبح ذات أهمية بالنسبة للمجتمع، فيريان بأن المعرفة هي نتاج للتفاعلات التي تحدث بين الأفراد ضمن المجتمع، ويجادلان بأن المجتمع موجود كحقيقة موضوعية وذاتية معاً، بحيث تظهر الحقيقة الموضوعية نتاجاً لتفاعلات الأفراد مع العالم الاجتماعي والذي يؤثر من خلاله على غيرهم لينتهي الأمر الى الروتين والترتابة، وعلى هذا يصبح كل فعل متكرر باستمرار يصب في قالب معين يمكن استنساخه وإعادة انتاجه دون بذل الكثير من الجهد:

"كما أن معنى التعود *the meaning of habitualization* يصبح جزءاً لا يتجزأ

من الروتين ويؤدي الى تشكيل المخازن العامة للمعرفة، ومأسسة هذه المعرفة ضمن المجتمع تؤدي

بالأجيال المستقبلية للتعامل معها كمعرفة "موضوعية"، وتؤكد أكثر وترسخ بشكل مستمر

من خلال تفاعلات الأفراد مع بعضهم." (Andrews, 2012, p : 40-41)

من ناحية أخرى، يعتبر Berger & Luckmann بأن الحوار والمحادثات هي أحد أهم الطرق المؤدية للمحافظة على وكذلك تغيير وإعادة بناء الحقيقة الذاتية subjective التي تتكون من مفاهيم يتم تشاركها دون اشكال مع الآخرين، بمعنى آخر، وجود معنى وفهم مشترك يركز على مفاهيم معينة اتفق على أنها لا تحتاج لإعادة صياغة أو مراجعة (Ibid, p41)، تستخدم في حوارات الحياة اليومية وتعبّر عن واقع يعتبره الكثيرون مسلم به أو شيء مفروغ منه، ويشدد Burr على أهمية اللّغة في هذه السيرة والتي يستخدمها بعض الأفراد في اطار التنشئة الاجتماعية لتوسط العلاقة بين الأفراد والحقيقة الموضوعية للمجتمع وتجعلها مهمة،

“Language in this view plays a crucial role in constituting and maintaining both social reality and Individual identity. Everyday life is, above all, life with and by means of the language I share with my fellowmen. Everyday knowledge, ‘recipe knowledge’, is knowledge objectified and accumulated in linguistic categories and typificatory schemes” (Kelly, 1983, p: 50)

على هذا الأساس، تحمل اللغة في طياتها مجموعة مفاهيم تشمل جوانب عديدة من الحياة اليومية، يتبادلها الأفراد ضمن المجتمع، وقد لا يفكرون في حالات كثيرة في أصل ظهورها أو طريقة بنائها وتكونها لتحقيق ذلك المعنى الذي تشير اليه في وضعها ذاك، فبالإضافة لوظيفتها التأسيسية، تعمل اللغة دورا محوريا في صيانة الحقيقة الاجتماعية:

“The common objectivations of everyday life are maintained primarily by linguistic significance. Moreover, legitimation -the process of explaining and justifying, as distinct from designating, social phenomena- is carried on almost exclusively by means of language” (Ibid, p: 50)

3- البناء الاجتماعي لمفهوم الشباب:

تشير الكتابات الأكاديمية الى ان اهتمام السوسولوجيين بموضوع "الشباب" حديث نسبيا، بحيث ذكر Philippe Aurès بأنه وفي كل فترة تاريخية، يوجد نوع من التفضيل والانشغال بسن ومرحلة معينة من الحياة البشرية، فبعض النظر عن المراحل الأخرى، يؤكد Bigot و Piau بأن الأعمال العلمية حول الشباب ظهرت في بداية القرن 20 مع تطور علم النفس وعلم الاجتماع، خاصة من أعمال Stanley Hall في الولايات المتحدة الأمريكية، وتشير لسيرورة التنشئة الاجتماعية وتمثل مرحلة وسيطة تسمح بتعلم أدوار الراشدين (Durkheim)

ويبين Eisenstadt بدوره بأن كل سن يرتبط بهوية مختلفة، وأن هذه الهوية تمثل القاعدة التي تنبني عليها تصورات ومواقف وآراء الفرد ويؤكد على أن:

« *La définition culturelle de l'âge est un important constituant de l'identité d'une personne, de la perception qu'elle a d'elle-même, de ses besoins psychologiques et de ses aspirations, de sa place dans la société, et du sens ultime de sa vie* »

(Maresca & Dujin, 2012, p : 18)

من جهة أخرى، يُشكل موضوع التماثل بين السيرورات البيولوجية والاجتماعية لموضوع الشباب أحد القضايا الأساسية التي ينبغي الانتباه لها في أي تحليل علمي، بحيث يُفترض مفهوم السن للإشارة للحقيقة والوضعية البيولوجية للفرد (السن البيولوجي)، لكنها ومع ذلك، غير كافية في تفسير ظاهرة انسانية معقدة، باعتبار أن الفرد لا يوجد ولا يتطور في فراغ (السن الاجتماعي)، فمعنى السن وسيرورة الشيخوخة Ageing والخبرات المرتبطة بها، هي جزء من السيرورات التاريخية والثقافية للمجتمعات، فيمكن قياس السن الافتراضي للفرد بموضوعية عن طريق مرور الزمن وكذلك بالنظر للفهومات الثقافية حول المراحل العمرية، فهي التي تعطي سيرورة النضج والشيخوخة معناها الاجتماعي social meaning، كما أن السيرورات الاجتماعية والسياسية الخاصة هي التي توفر الاطار الذي يتطور ضمنه المعنى الثقافي، فكل من الطفولة والشباب تملك وتستمر في امتلاك معاني مختلفة حسب الظروف الاجتماعية والثقافية والسياسية.

على هذا الأساس، وبالرغم من وضوح أن تجربة الشباب تختلف بشكل واسع، إلا ان العودة للمفهوم يفيدنا في فهم تعقيدات التغير الاجتماعي والتقاطعات الحاصلة بين المؤسسات والسيرة الذاتية للأفراد، بحيث يمكن النظر لمفهوم الشباب من منظور علاقتي أو كمفهوم علاقتي relational concept أين يشير للسيرورات الاجتماعية التي توفر البيئة لبناء السن اجتماعيا، وكيف يتمأسس institutionalised ويُتحكم فيه ضمن طرق وأساليب تاريخية وثقافية محددة، ومن ذلك، تعود مسألة علاقات السلطة power relations الى الواجهة ويظهر دورها كبعد محوري في بناء كل من مفهوم السن والشباب داخل اي مجتمع انساني،

“The challenge, in rethinking youth, is to maintain a balance between recognizing the importance of physical and psychological changes which occur in young people’s lives and recognizing the extent to which these are constructed by social institutions and negotiated by individuals”

(Wyn and White, 1997, p: 12)

يجادل Pierre Bourdieu من جانبه بفكرة الصراعات الرمزية التي تحدث داخل المجتمعات بهدف ارساء الحدود بين الأعمار les âges ويؤكد في كتاباته على عدم أهمية التركيز على الأعمار ككفئات، ذلك لأنها نتاج صراعات طبقية تنزع لإخفاء الفروقات الاجتماعية، ويُذكر بأن التقسيمات الموضوعية بين الأعمار تعسفية وهي رهان لصراعات متواصلة وليست مُعطاة (Bourdieu, 1984, p: 143)، ويعبر عن ذلك بفكرة أن "الشباب ليس إلا كلمة" *la jeunesse n'est qu'un mot* تضم فوائد جماعية لجيل معين بالإضافة لمجموعة متنوعة من الشروط المترسّخة في فضاء عام من الطبقات الاجتماعية:

« La jeunesse est donc plurielle et ses différentes fractions se distinguent, non seulement par leurs positions sociales, mais aussi par leurs trajectoires, leurs aspirations et les valeur marchande des capitaux respectifs dont les jeunes ont pu hériter ou qu'ils ont acquis eux-mêmes, dans les domaines scolaires, familial et relationnel »

(Baudelot et Establet, 2007, p : 26)

تتجلى هذه المرحلة من الحياة كعملية تنشئة اجتماعية تتخللها تعديلات متعاقبة، تجارب متنوعة وتفاعلات خاصة، فالمقاربة الفئوية categorical approach للسن تؤكد على التماثل والتجانس بين السيرورات في نوع من المبالغة، وتقع بذلك في كثير من التناقضات، ولا تقدم فهما كافيا لحقيقة أن خبرات النضج هي سيرورة تفاوضية بين الشباب أنفسهم فضلا على أنها مفروضة عليهم، كما أن التمثلات والسياسات العامة التي ركزت على ثقافة الشباب والقيم والمعايير الاستهلاكية المشتركة تميل لإخفاء عدم التجانس الواسع الذي يميّز مسارات الشباب في الوقت الحالي على الأقل، ويجادل wyn قائلا:

“A categorical approach also ignores the significant role of institutions and of changing economic and political circumstances and their impact on youth. The result is the tendency to present the attitudes, behaviours and styles of particular groups as normative and to underestimate diversity amongst young people” (Wyn and White, 1997, p: 13)

علاوة على ذلك، يذكر علماء الاجتماع أن طبيعة الشباب تختلف حسب السياق الاجتماعي ومجموعة واسعة من العوامل كالطبقة الاجتماعية، النوع، والاثنية، كما يؤكد المؤرخين الاجتماعيين بأن مفهوم الشباب شكل اختراعا حديثا modern invention نسبيا، نتج عن تمديد الفترات الانتقالية التي تنتهي من فترة التعليم الإلزامي وصولا لسريان العمل المأجور، بحيث يتضح جليا بأنها مسألة تختلف باختلاف المجموعات الاجتماعية وكذلك باختلاف البيئات الثقافية. (Buckingham, 2008, p 4)

4- المراهقون، سيقنة تاريخية ضرورية:

التصورات الأولى للمراهقة:

يمر الفرد في حياته بمراحل نمائية متعددة، ومن الثابت علمياً أن كل مرحلة من هذه المراحل تتأثر بما قبلها، وتمهد لما بعدها، أي أن النمو يمثل عملية متصلة ومستمرة، فالنمو في جوانبه المتعددة سواء كانت بيولوجية، أو معرفية، أو اجتماعية، لا يثبت ولا يتوقف عند مرحلة المراهقة فقط، بل يستمر في عملية مترابطة بين الفرد والمحيط أو السياق الذي يعيش فيه، ويشرح Gluckman العلاقة التي تربط الفرد بالآخرين والمحيط قائلًا:

“Humans are, of course, more than their evolved biological componentry. We live within social networks and in social contexts, and this social environment creates, and merges with, the physical environment to interact with our biology and make us what we are. But arguably we are organisms that, more than other mammals, rely on learning and past experience to influence both our individual and social behaviour”

(Gluckman, 2011; p: 20)

يرى Akoun أن المراهقة هي الفترة التي تبدأ بالنضج الجنسي للطفل وتنتهي عند حدود تختلف حسب البيئات الاجتماعية مع الدخول النهائي في المجتمع والانضمام لوظيفة معينة، بالإضافة إلى التوصل لمكانة معترف بها كراشد (Berge, 2009, p :19)، ويرى Osakinle من جانبه أنها مرحلة نمائية، وضعية أو ثقافة متميزة، حالة ذهنية، أو توليفة تضم كل هذه الأشياء مع بعضها، تميزها كفاح المراهق من أجل التوصل لمكانة معينة ضمن المجتمع الذي يعيش فيه.

بدوره، يجادل Zaslow بأن فهمنا للمراهقة يتعزز عن طريق وضعها في سياقها التاريخي، فالإشارة للتحويلات الفيزيولوجية التي تميزها تدل حقيقة على الانتقال من الطفولة للبلوغ، لكنها غير كافية لتحقيق نظرة متفحصة، وتستلزم بذلك التوقف عند التحويلات الاقتصادية والاجتماعية التي حدثت في القرنين الاخيرين، بحيث يشير كل من Modell and Goodman الى أن:

“The contemporary idea of adolescence in Western Europe and the U.S. emerged from particular economic and social circumstances associated with industrialization”

(Modell, 1990, p: 18)

يُفترض على الأفراد الراشدين adults أدوار معينة، علاقات ومسؤوليات مدرجة ثقافيا واجتماعيا وبيولوجيا تختلف عادة عن تلك التي تميز الأطفال، ففي الطريق نحو الرشد، يمر الأطفال بعدة تحولات اجتماعية، معرفية، جسدية وعاطفية يمكن ملاحظتها، فعملية الانتقال والتحول أو الانسلاخ هذه أثارت ولا تزال تثير اهتمام الباحثين في مختلف التخصصات خاصة مع أوائل القرن العشرين.

على هذا الأساس، ينتقل الفرد من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الرشد ماراً بمرحلة المراهقة التي تأخذ شكلا متميزا ومميزا لها في جوانب النمو المختلفة، ويؤكد الباحثون على أهمية المقومات البيولوجية للكائن الحي ويشيرون في نفس الوقت الى اعتبارات أخرى أساسية تتضمن الجوانب المجتمعية والثقافية والسلوكية وحتى العصبية. بهذا الصدد، يرى الدارسون بأن مفهوم المراهقة adolescence ليس مفهوما ملموسا مثل الطفولة childhood أو البلوغ adulthood ولا حتى السن المتقدم old age، فهي كلمة صيغت لوصف شيء ما أو مجموعة أشياء ولتعاكس في نفس الوقت مسارا وليس وجهة معينة:

“While ‘child’ and ‘adult’ are largely neutral terms connoting what is generally viewed as a normative period in life, ‘youth’ and ‘adolescence’ usually conjure up a number of emotive and troubling images. These range from notions of uncontrolled

freedom, violence, irresponsibility, vulgarity, rebellion and dangerousness to those of deficiency, vulnerability, neglect, deprivation or immaturity”

(Muncie, 2009, p: 3)

وقد تم تصورهما كمفهوم يمكن أن يساعد على فهم مسارات وتحويلات الأطفال في بدايات القرن العشرين، بحيث تشير الفكرة الأساسية لهذا الطرح الى أن المفهوم تم اختراعه لتلبية احتياجات مجتمع معين في فترة معينة، وكيف أن تعريف المراهقة يختلف حسب المجتمعات والفترات، بحيث تجادل Szalacha :

“Adolescence is defined differently in each society and era ... although rooted in biological, social and psychological development; the concept of adolescence is socially constructed. It is intimately tied to culture and situated in a particular time and geography” (Szalacha, 2005, p. 16)

وقد شكلت هذه الفكرة أرضية للتصورات اللاحقة للمفاهيم الحديثة للمراهقة، بحيث تمركزت مجموعة من القضايا والسياقات المختلفة خلف اهتمام الباحثين الرواد بالمفهوم. يقترح عدد من الباحثين بأن فهم حقائق "المراهقة" يمكن أن يتأتى من خلال التبصر في النظريات الواسعة الانتشار التي عاجلت الموضوع، والتي ترتبط من نواحي عديدة بوجهات النظر الفلسفية للعالم، الاقتصاد، والظروف الاجتماعية التي تحدد العلاقات الانسانية بالعالم في مراحل التاريخ المختلفة، بحيث تم تصور المراهقون كأفراد متمردون ذوي سلوكيات غير مبالية و وقحة وهذا بداية من أعمال Herodotus قبل الميلاد، ولفترة من الزمن، كان النظر للشباب كمتهورين ومزعجين، ثم تحولت شيئاً فشيئاً هذه التصورات لتصفهم بالضعف وتتحوف على مصيرهم في ظل التحولات التي يشهدها العالم، وتدعمت هذه النظرة بشكل متسلسل بعد ذلك كصورة نمطية تمتد للعصر الحديث لكن بإدخال متغيرات جديدة بطبيعة الحال (Hamilton, 2002, p:57).

لم يشكل موضوع المراهقة والمراهقون مفاهيم أساسية لدى الباحثين حتى سنة 1890 الى 1920 أين تجدد الاهتمام بالموضوع بشكل عملي وفعال، ويشير بذلك (2003) Santrock الى ان هذه المرحلة شهدت التصور الحديث للمراهقة بوصفها نتاج اجتماعي تاريخي socio-historical مرتبط بطروف بدايات القرن العشرين، ويذكر الباحثون سببين أساسيين وراء الاهتمام بموضوع المراهقة (Bahr, 2007, p:7):

- الثورة الصناعية وأثرها على فئة الأطفال نتيجة استغلالهم في الاعمال الشاقة، هذه الوضعية جعلت المجتمعات الغربية تطالب بتوضيح الحدود بين مرحلة الطفولة والرشد.
- مجهودات علم النفس البحثية للتموقع ضمن العلوم الاخرى، جعل بعض الباحثين يعيدون تنشيط المفهوم ويقومون بوصف المعالم المادية والمعرفية والعاطفية والأخلاقية لفئة المراهقين.

على هذا الأساس، وطوال القرن 20 على وجه الخصوص، ساهمت تخصصات جديدة في تقديم فهم أكثر علمية للمراهقة واستعرض Atwater وجهات نظر مختلفة تناولت الموضوع من نواحي عديدة (بيولوجي، تحليل اجتماعي، اجتماعي معرفي، وثقافي) والتي نتجت عن الدراسات الفردية والتراكمية عبر مختلف التخصصات التي أنجزها عدد من الباحثين (Stanley Hall 1904, Sigmund and Anna Freud 1964, Piaget 1969, Erikson 1980, Kohlberg 1969, Bandura 1986) وأشارت Janice Irvine الى النظريات التقليدية لتطور المراهقين والتي تميل لتجزئة المراهقة لمراحل مختلفة تمتد لمراحل اعلى تؤدي الى ذوات أكثر استقلالية autonomous، تفرد individuated، واستقلالية independant، وهي العوامل التي ساهمت في تفسير الكثير من الظواهر الاجتماعية المرتبطة بالمراهقة:

“The fact that these theories of development were derived from studies with primarily white, predominantly middle-class males and that maturity was equated with separation, individuation, and autonomy has been crucial in interpreting gender and cultural differences as signs of deficiency” (Irvine, 1994, p: 30)

وأكدت Allyssa Harris على أن المراهقة تشكل مرحلة نمائية معقدة وديناميكية تشمل تغيرات جسدية سريعة وتطور كبير في الوظائف الإدراكية والمنطقية، ذلك لأن التطور العصبي لا يزال مستمرا في هذه المرحلة، وهو ما يجعل من المراهقين الأقل قدرة على إدارة عواطفهم، استخدام احكام جيدة، والخوض في اتخاذ قرارات مدروسة اذا ما قورنوا بالراشدين (Harris, 2011, p:235) ، كما نبهت Atwell في سياق كتابها In the Middle: New Understandings about Writing, Reading, and Learning لأهمية فهم طبيعة المراهقة كمرحلة متميزة تأسس لغيرها من المراحل، وشجعت المعلمين للاعتراف والتحرك وفق ثلاثة مبادئ أساسية:

“first, teachers have to accept the reality of middle school students that adolescence is as special and important a time in a student's intellectual development as any other phase in a child's life ... [and] middle school teaching should be organized so that it helps kids begin to understand and participate in adult reality”

(Atwell, 1998, p: 54)

وضمن التحديات المعرفية، يشير Piaget الى انتقال المراهقون من مرحلة العمليات الملموسة لمرحلة العمليات الرسمية formal ، بمعنى آخر يتحولون من حدود التفكير الملموس الى مرحلة اخرى تسمح لهم بالتعامل معرفيا مع الأفكار والمفاهيم والنظريات المجردة، ما يسمح لهم بالتفطن والفرقة بين ما هو حقيقي مما هو مثالي وتصدر عنهم سلوكيات أنانية نتيجة تمركزهم حول ذواتهم (Geldard, 2004, p: 6) ويتعمدون استعراض أنفسهم عن طريق وضعيات وسلوكيات لجلب الانتباه، ودعم Elkind هذه الفكرة من خلال نظريته الجمهور المتخيل Imaginary Audience بحيث يركز على مفهوم الأنانية egocentrism موضحا:

“Both in and out of social situations, the adolescent may behave as if he/she is the focus of attention from a projected audience that shares his/her preoccupations and concerns. This imaginary audience is proposed to account for a variety of adolescent behaviors and experiences, such as heightened self-consciousness, distortions of others' views of the self, and a tendency toward conformity and faddisms”

(Ryan & Kuczkowski, 2004, p: 220)

بحيث يؤمن المراهقون بوجود جمهور يتخيلون أنه يركز على سلوكياتهم وصفاتهم، ويتصورونه كتهديد محتمل، ذلك بقدر ما يتعرضون بالمقابل لعدة تصورات سلبية تُبنى حولهم، لكن ومع ذلك، يشعر المراهقون بأنهم مميزين وغير معرّضين للخطر، قادرون على فعل أي شيء omnipotent وهذا كلّه يشكل جزء من العملية المعقدة التي تسمح لهم بأن يصبحوا أفراد مميزين منفصلين أو راشدين.

5- المراهقة، تشكيل الهوية والبحث عن الاستقلالية:

يظهر أن المراهقة مرحلة أساسية في حياة الانسان تحمل في طياتها مجموعة تغيرات تمس كيانه الجسمي والعقلي والنفسي والاجتماعي، فتتحول اتجاهاته وميوله وأفكاره ومعتقداته الى اتجاهات مختلفة ومتضاربة، وينتقل في اهتماماته من أشياء ملموسة الى أشياء معنوية محسوسة، يبتعد عن الوالدين ويلتصق بجماعة الرفاق ويلتزم بالولاء لهم، وتتسع دائرة علاقاته واهتماماته بالآخرين، وقد تعرّض S Hall (1904) الى فكرة نزوع المراهق نحو البحث عن الاثارة والجديد في هذه المرحلة الحساسة من حياته وعدم التساهل مع فكرة الروتين والرتابة قائلاً:

“At no time of life is the love of excitement so strong as during the season of the accelerated development of adolescence, which craves strong feelings and new sensations, when monotony, routine, and detail are intolerable”

(Arnett, 2006, p: 188)

من ناحية أخرى، يشير الدارسون إلى أن مرحلة المراهقة تمثل فترة يميزها المزيد من النضال والاضطراب وبشكل أكبر يفوق ما يختبره الفرد خلال مرحلة الطفولة، يبحث من خلالها المراهقون عن ذواتهم لايجاد شكل من أشكال الهوية والمعنى لحياتهم، ويكافحون نتيجة لذلك من أجل التوصل إلى هدف لحياتهم قد يكون مهمًا في تجاوز أزمة الهوية على حد تعبير Erikson (1968) والتي تواجههم عادة خلال هذه الفترة (Rathi, 2007, p :31) وقد استخدم مفهوم "الأزمة" ليس للدلالة على فترة عدم اليقين المنهكة التي يمر بها الفرد، وإنما للدلالة على نقطة التحول الحاسمة التي تحدد سلسلة من الخيارات والالتزامات الشخصية والمهنية والايديولوجية التي تفضي لتشكيل الهوية خلال هذه الفترة، ويشرح ذلك:

“By the time individuals embark on the transition to adulthood, they increasingly rely on their own self standards that govern personal choices and create their own ideals and aspirations”

(Luyckx, 2013, p: 703)

زيادة وربما تضاعف سيوروات التوقعات المجتمعية والنضج المعرفي خلال مرحلة المراهقة تشجع الأفراد للوصول إلى وجهات نظر ذاتية متوازنة والالتزام على نحو متزايد للأدوار الاجتماعية. في نفس السياق، وانطلاقاً من عمل Erikson استخرجت Marcia سيورتين أساسيتين لتشكيل الهوية هما: الاستكشاف exploration والالتزام commitment، بحيث يشير الاستكشاف للمساءلة النشطة لبدائل الهوية، في حين يشير الالتزام للتقيّد وتنفيذ مجموعة من القناعات والأهداف والقيم (Ibid, p:702) كما ميزت Marcia بين أربعة وضعيات للهوية تكون

على أساس حجم الاكتشاف والالتزام الذي يختبره ويعايشه أو الذي شهده المراهق خلال تقدمه في هذه المرحلة (Meeus, 2010, p :1565):

- 1- نشر الهوية Identity Diffusion: تشير الى أن المراهق لم يتوصل ولم يقيم بعد بالالتزام تجاه مسألة نمووية معينة، وربما يستكشف أو لا يستكشف بين بدائل مختلفة أخرى ضمن ذلك المجال.
- 2- امتلاك الهوية Foreclosure: تدل على أن المراهق قام بالالتزام معين دون استكشاف مسبق بشكل كافي.
- 3- تعليق النشاط In moratorium: تعني أن المراهق في حالة استكشاف نشط ولم يقيم بالالتزامات كبيرة.
- 4- انجاز الهوية Identity achievement: تعني أن الفرد قد أنهى مرحلة الاستكشاف النشط وقد قام بالالتزامات على أساس ذلك.

على هذا الأساس، أشار المنظرون الأوائل على غرار Erikson, Blos, Kohlberg, Loevinger and Kegan الى تطور الهوية لدى المراهقين والتي يعبرون عنها بألفاظ خاصة بهم self, ego, i ويتفقون بأن الهوية الشخصية تعبر عن "ذات" الفرد في نقيض مع الآخرين، فالطرق التي نفرّق من خلالها ذواتنا عن الآخرين هي مسألة أساسية لتجربتنا حول هويتنا الشخصية (Geldard, 2004, p :8)، فغاية المراهق من وراء ذلك الوصول لبناء هوية فريدة وشخصية unique and personal.

وانطلاقاً من حقيقة وجود التغيرات البيولوجية، المعرفية، والاجتماعية التي تحدث للمراهقين (Peterson & Spiga, 1982) والتي سبق وان ذكرناها، فإنها تلعب دوراً محورياً في تحفيزهم لمزيد من الرغبة في التحرر من القيود المفروضة عليهم، خاصة تلك التي يكون مصدرها الأولياء، وهكذا، ينطلق كل من الآباء والأبناء في سيرورة تفاوضية للاتجاه نحو المزيد من الاستقلالية والحرية (Collins, 1990 ; Pardeck & Pardeck, 1990 ; Youniss & Smollar, 1985) والتي يترتب عنها العديد من الآثار الايجابية لتطور المراهق، الفردانية (Grotevant & Cooper, 1986) الاستقلالية والصلة (Allen, Aber, & Leadbeater, 1990) التماسك والقدرة على التكيف

(Olson, Sprenkle & Russell, 1979) والتي تشكل في مجملها مقاربات محورية تشترك في كونها تثير أهمية الحفاظ على علاقات واتصالات متبادلة بين الآباء والمراهقين وإعادة تشكيلها على أساس حرية أكبر واتخاذ القرارات المشتركة. (Keener, 2000, p:3)

وبالرغم من ذلك، يركز الباحثون على أحد الأبعاد الأساسية المتمثل في الفردانية individuation التي يُعبّر عنها المراهقون بابتعادهم عن الأولياء والعائلة متجهين نحو فضاء آخر يجسدون فيه أحقيتهم في أن يصبحوا أفراد منفصلين، فيشير Archer بأن سيروية الفردانية تنطوي على تطوير استقلال نسبي عن العلاقات الأسرية، وإضعاف الروابط بموضوعات وأشياء كانت ذات أهمية في طفولة الفرد، بالمقابل، زيادة القدرة على تحمل الدور الوظيفي كعضو ضمن مجتمع الكبار/الراشدين، ويؤكد Karpel على ذلك قائلاً:

“In its most general sense, individuation refers to a process by which a person becomes increasingly differentiated from a past or present relational context” (Karpel, 1976, p: 66)

وتشمل هذه السيروية العديد من التغييرات الشخصية وداخل النفس intrapsychic and interpersonal تشترك في اتجاه واحد، ومع ذلك، يتبين بأن الفردانية تتطلب الحفاظ على نوع من الشعور بالارتباط والعلاقات مع الآخرين (الأولياء، الموجهين، الأصدقاء، الرفقاء الرومنسيين) لكن ذلك دون الانصهار معهم، بمعنى آخر، التوصل لإحساس ناضج بالاستقلالية لكن دون العزلة والاعتزاب.

وفي حالات عديدة، يؤدي بحث المراهقون عن هذا التوازن في الوضعية الى الاختلاط بأقرانهم، والمشاركة في سلوكيات مختلفة معهم (Allen, Moore, & Kuperminc, 1995) ويميلون لتطوير صداقات حميمة وحصريّة وأكثر ثباتاً، بحيث توفر هذه العلاقات فضاءات آمنة يستكشف المراهقين هوياتهم ضمنها، يشعرون بأنهم مقبولين ويستطيعون تطوير حس الانتماء لديهم (Guzman, 2008, p:1)، وأكد على هذه الفكرة Newman & Newman, 1976 اذ يقول:

“Because they are unsure of their own identities, peer acceptance is important to many adolescents. Acceptance enables a teen to join a particular peer group and identify with the behaviors and attitudes of that group. Adolescents are often willing to conform to their peers’ behaviors in order to be accepted” (Gear, 2010, p: 3)

على هذا الأساس، وضمن هذا المنظور، يُنشأ المراهقون هويات من خلال انفصالهم عاطفياً عن العائلة وتحويل ارتباطهم إلى جماعة الأقران (Freud, 1969; Blos, 1979; Steinberg & Silverberg, 1986)، وكثيراً ما تتحول هذه العلاقات إلى مصدر ضغط أو ما يطلق عليه الباحثين *peer pressure* ويشير Bronfenbrenner إلى أن المستوى الأول للبيئة أو سياق التطور البشري هو النظام الجزئي *microsystem* الذي يشير للأسرة والمدرسة وجماعات الأقران فضلاً عن الثقافة التي تتموضع الأسرة ضمنها، غير أن الدراسات مؤخراً أثبتت الدور الكبير الذي يلعبه الأقران في تطور المراهقين والذي قد يفوق العوامل الأخرى (Boujlaleb, 2006, p 3) بحيث تشمل الضغوطات طريقة تفكير أو سلوك المراهقين على النحو الذي يقرره أندادهم وتشكل العلاقات التي تنتج عنها جزءاً من تنشئتهم الاجتماعية، وتعتبر الضغوطات آلية أولية لتمير ونقل معايير الجماعة والحفاظ على الولاءات ضمن أعضاء الجماعة. (Clasen, 1985, p : 2)

6- المراهقون، ثقافة وسائل الاعلام، والتكنولوجيات:

أوضحت الرابطة الأمريكية لعلم الاجتماع في مؤتمرها سنة 1934 بجامعة Yale بأن الشباب والمراهقين شكلوا مركز الاهتمام في فترة الثلاثينات، وبأنهم يعيشون في عوالم تختلف عن تلك التي يعيش فيها الراشدون، ويشكلون نظام اجتماعي شامل ومنفصل، وأكد الانثروبولوجي (1942) Ralph Linton على نفس الفكرة واعتبر بأن المراهقون يملكون أنماط ثقافية خاصة بهم، ويعتبر Parsons أول من نحت مفهوم ثقافة الشباب *youth culture* والتي تشير للجسر الموجود بين تبعية الطفولة واستقلالية الرشد، وتهمين عليها الرضا الأولي لمسؤوليات الرشد *adulthood responsibilities* من أجل تفضية أوقات ممتعة، وتشكل بذلك آلية تمكن الشباب من التعامل مع

ضغوطات المرحلة الانتقالية التي يختبرونها (Hodkinson, 2007, p : 2). وقد عبر المفهوم عن الاهتمام الكبير الذي حضي به الشباب في مرحلة ما بعد الحرب، ويخفي الكثير من العلاقات المعقدة وبعض التأويلات الايديولوجية:

“The term is premised on the view that what happened to ‘youth’ in this period is radically and qualitatively different from anything that had happened before. It suggests that all the things which youth got into in this period were more significant than the different kinds of youth groups or the differences in their social class composition”

(Hall & Jefferson, 1993, p: 8)

وأشار المفهوم الى جانبين أولهما: كيف يتغذى ويتملك جماعات الشباب على الأشياء التي يقدمها السوق، وثانيها: كيف يحاول السوق مصادرة ودمج الأشياء التي تنتجها الثقافات الفرعية. في اطار الصراع الرمزي، أكد Hebdige بالإضافة لكثير من الباحثين على غرار Phil Cohen, Clarke على دور الشباب النشط والإبداعي في تجميع أنماطهم الثقافية التي تملك أهمية رمزية خاصة، وبحثهم عن حلول ولو بطرق تخيلية لحل المشاكل التي لا تجد حلا على المستوى المادي، بحيث يرى Hebdige:

“Youth cultural styles may begin by issuing symbolic challenges, but they must inevitably end by establishing new sets of conventions, by creating new commodities”

(Hebdige, 1979, p: 96)

فقبل مرحلة الثمانينات، ارتكزت الأبحاث المهمة بثقافة الشباب على المهتمين اقتصاديا واجتماعيا وجموح وتحدي الثقافة الفرعية العفوية التي عرفت بداياتها مع أعمال مدرسة Chicago ومركز Birmingham ثم انتقلت الأبحاث وتدققت في السنوات الأخيرة بمواضيع التجزئة fragmentation وسيولة fluidity النزعة الاستهلاكية consumerism (Hodkinson, 2007, p : 8) وبهذا الصدد، تأثرت الأبحاث بالتطورات الحاصلة في النظريات الاجتماعية بشكل عام، فسواء في ظروف ما بعد الحداثة (Harvey, 1989) مجتمع الخطر (Beck, 1992) أو الفردانية (Beck and Beck, 2001) (Bauman 2001 ; Gemsheim 2000) تمحور اهتمام الباحثون خاصة في المجتمعات الغربية على انخيار الأشكال السابقة من اليقين، والاستقرار، والمجتمع والتي قابلها التوسع والتنوع في وسائل الاعلام والثقافة الاستهلاكية.

من هذا المنطلق، حدد Atwater ستة (6) مجالات للتغيير الاجتماعي أثرت على المراهقين خلال فترة التسعينات ضمت أبعاد عديدة شملت: التقدم التكنولوجي، الأنماط الجديدة للحياة الأسرية، زيادة وعي وممارسة الشباب لحقوقهم الشخصية، زيادة الثراء في المجتمع، زيادة التركيز على الماديات، والقوى المضادة التي تعمل على تعديل آثار التغيرات الاجتماعية الأخرى (Hamilton, 2002, p:58) وظهر بأن هذه التحولات ستتدخل بشكل ما في إعادة صياغة مفهوم المراهقة في حد ذاته خاصة في ارتباطه بالتقنية:

“As a new millennium begins, there is every reason to believe that population growth, globalization, new technologies, and other fast-moving changes will reconstruct the concept of adolescence again, in many forms” (Larson, 2002, p: 2)

وعليه، لعب الانتشار الواسع لوسائل الاعلام دورا محوريا في تشكيل ثقافة اعلامية media culture وتدخلت بطرق عديدة في الأسلوب الذي يتبعه المراهقون لتحقيق وجودهم، ذلك بارتباطهم بالتكنولوجيات التي تُبث في المجتمع سواء كمستهلكين أو مستخدمين لمختلف القدرات التقنية التي توفرها، وقدم Arnett مجموعة وظائف لوسائل الاعلام مرتبطة بالمراهقين (Osakinle, 2009, p :307):

- الترفيه Entertainment: يستخدم المراهقون وسائل الاعلام غالباً للترفيه والتحويل الممتع للمتاعب اليومية.
- المعلومات Information: يستخدم المراهقون وسائل الاعلام كمصدر للمعلومات خاصة حول المواضيع التي يمانع الاولياء مناقشتها في البيت.
- الاثارة Sensation: يميل المراهقون للبحث عن الاثارة بشكل أكبر من الراشدين، وتقدم وسائل الاعلام تحفيز شديد ومواضيع جديدة تروق للمراهقين.
- التكيف Coping: يستخدم المراهقون وسائل الاعلام للتخفيف من القلق والحزن، كمشاهدة التلفزيون والاستماع للموسيقى.
- نمذجة النوع Gender –role Modeling: تقترح وسائل الاعلام نماذج عن الادوار النوعية للذكور والاناث، وهذه الصور يمكن ان تؤثر على مواقف وسلوكيات المراهقين.
- التماهي مع ثقافة الشباب Youth Culture Identification: تعطي وسائل الاعلام المراهقين احساس بالارتباط بشبكة من الثقافة والأقران، والتي تتوحد من حيث نوع القيم والاهتمامات التي تنقلها للمراهقين.

وساهمت Marsha Kinder من خلال كتابها Kid's Media Culture في تقديم مصدر عام ومفيد في وضع خطوط عريضة ورسم معالم للثقافة والقيم التي أنتجتها مؤسسات وسائل الاعلام الحديثة، بتعبير آخر، قامت من خلال عملها بتجميع مختلف القوى التي تشكل معاً عالم وسائل الاعلام والثقافة ودور شباب المجتمع ضمنها وتقول:

“addresses not only what media culture is now, what it has been in the past decades, and what it might potentially be in the future, but also the debates that have circulated around this form of cultural production...those who see children as passive victims being contaminated by an increasingly corrupt culture and those who perceive them as active players grappling with the inevitable processes of social and historical change”

(Russell, 2007, p: 27)

في نفس الاتجاه، يبنه الكثيرون الى أن التحولات البيولوجية والنفسية الاجتماعية التي يعرفها المراهقون تملك تأثيرات مزدوجة على علاقتهم بجميع وسائل الاعلام بكل أنواعها وتشكل كلا مترابطا، فهم من جهة لا يقتربون من وسائل الاعلام دون اهداف واستعدادات، وإنما بوصفهم أعضاء في أسر ومجتمعات يخوضون وينشطون ضمنها، فالمثل والمبادئ التي يتعلمونها من المؤسسات الاجتماعية، الأصدقاء، وأيضا الأقران تؤثر ليس فقط في اختياراتهم لوسائل الاعلام وإنما حتى في تأويلهم لمحتوى ما يتعرضون له (Podolskiy, 2008, p : 60). ومن ناحية أخرى، فإن الرسائل التي تقدمها وسائل الاعلام تؤثر بدورها على تطور المراهقين على عدة مستويات وتلعب دورا في فهمهم لكثير من جوانب معاشهم النفسي والاجتماعي:

“As children become adolescents, they increasingly turn to the media for information and entertainment rather than to their parents and their ideas, values and beliefs. Thus, the media plays a profound role in the socialization process, influencing youth’s ideas, values and beliefs” (Ibid, p: 61)

بمعنى آخر، وفي إطار هذا التداخل، يمكن أن نلاحظ على نحو جلي بأن موضوع علاقة الأفراد بالإبداعات التكنولوجية لا يزال يمثل أحد الاشكاليات العميقة التي توقفت عندها العديد من الميادين البحثية خاصة ضمن العلوم الانسانية والاجتماعية، وكما يبدو، شكلت هذه العلاقة ميدانا يحمل عددا من التناقضات التي استنتجها الباحثون باختلاف تصوراتهم النظرية، وقد تأرجحت أطروحاتهم بشكل ملفت بين التخوف والايان بقدرة وسائل الاعلام ومحتوياتها ومن حقيقتها وآثارها وقدراتها التغييرية، ونتج عن ذلك جدل كبير حول امكانية التأثير الذي يمكن أن تمارسه على الأفراد أو "كتل السدج" الضعفاء، بحيث تصور كل من Barker and Buckingham التلفزيون ككبش فداء في اطار ما يعرف بالفزع الاخلاقي moral panics واقترح في تلك الفترة كالعامل والسبب الوحيد لمجموعة واسعة من السلوكيات،

“Television, they argue, is conceived, primarily by the press, as all powerful, whereas young people are constructed as ‘children’: innocent, manipulable and needing protection”

(Skelton, 1998, p: 36)

من جهة أخرى، وفي مقابل هذه النظرة النمطية للأبحاث، ظهرت موجة أخرى تعكس وجهة نظر بديلة تمجد القدرات الابداعية للمشاهدين وتحمي اختياراتهم العقلانية لما يريدونه من محتويات (Livingstone, 1996, p:1)، وتلخص أيضا الإيمان والاعتقاد والتفاؤل بدورها الايجابي الذي ربط بعدد متنوع من الآثار الايجابية على الحياة النفسية والاجتماعية للأفراد والمجتمعات. لكن ومع تجدد نفس النقاشات والقضايا البحثية تقريبا مع كل مستحدث تقني، استمرت هذه النظرتين المتناقضتين حتى مع الوسائط الاتصالية الجديدة New Media وبالخصوص مواقع شبكات التواصل الاجتماعي SNSs، ويعد القاسم المشترك بين هذه الأبحاث اعتبار المراهقين جمهورا فعليا أو مفترضا لهذه الوسائل والوسائط على تنوعها لكن بتوصيفات مختلفة غير نهائية وبمفاهيم غير تامة سواء كمستهلكين، مستخدمين، متلقين، أو prosumers/consommateurs مع الوسائط الجديدة للاتصال.

وبنفس الطريقة، تعرضت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لنفس النوع من الخطابات، بحيث علق المتشائمون على عدد من الظواهر السلبية للانترنت والمواقع التفاعلية كـ sexual predators وقضايا السلامة والخصوصية والهويات الافتراضية والإدمان، والتي شكلت لفترة من الزمن فضاء للنقاشات الأكاديمية والعامية، بالمقابل، يصر بعض الباحثين وبنوع من التفاؤل على اعتبار هذه المواقع ملاذا آمنا يسترجع ويحافظ من خلاله المستخدمون بل ويطورون علاقاتهم الشخصية والاجتماعية ما ينعكس بالايجاب على عافيتهم النفسية واندماجهم المجتمعي.

ومهما يكن، فان كلا التصورين ونتائجهما لهما ما يبررهما، غير أن كلا النقيضين يشتركان في تحليلاتهما على التركيز على التكنولوجيا ويرتبطان بشكل من التفكير السحري أو ما يعرف بالتحتمية التقنية technological determinism ويفترضان بأن التكنولوجيا تملك بعض القوى الداخلية (الجوهرية) التي تؤثر على جميع البشر بنفس الطريقة وبكل الحالات:

“Utopian rhetoric assumes that when a particular technology is broadly adopted it will transform society in magnificent ways, while dystopian visions focus on all of the terrible things that will happen because of the widespread adoption of a particular technology that ruins everything” (Boyd, 2014, p:15)

وعلى هذا الأساس، لا تشكل كلا النظريتين المتناقضتين أية فائدة في فهم ما يحدث بالفعل في حالة تبني التكنولوجيات الجديدة على نطاق واسع، ففي نهاية الأمر، يكون من السهل التركيز على التكنولوجيا وملاحظة التغيرات التقنية التي تحدث، لكنه يكون من الصعب ادراك القضايا المتشعبة المرتبطة بها في حينها، ونتيجة لهذا الطرح، يتم حجب وإهمال الانتباه لديناميكيات محورية أخرى تتدخل في العلاقة أو العلاقات التي تجمع المستخدم والتقنية، وتؤكد Sonia Livingstone على هذه الفكرة، وتعتبر بأن فهم الاستخدامات والآثار الاجتماعية هي نتاج لسيرورات يمكن فهمها انطلاقاً من انتشار التكنولوجيا وكذلك تملكها وألفتها Domesticating بالإضافة لإدماجها في الممارسات الاجتماعية السابقة في الوجود (Livingstone, 1999, p:6)، ويبقى الواقع المدروس في نظرنا هو الفيصل في هذا النوع من التجاذبات، وهو ما تعبر عنه طريقة استخدام وتوظيف التكنولوجيا.

بشكل أكثر وضوحاً، يبدو بأن تكنولوجيا الاعلام والاتصال (ICT) تتغلغل فعلاً في جوانب عديدة من حياة المراهقين وتدفع بالكثير من الاسئلة للأمام أهمها: كيف سيتم استخدامها وتكييفها ضمن الفضاء الاجتماعي؟ وما هي النتائج المحتملة لعلاقة المراهقين بها؟ هذا بالاعتراف بأن التكنولوجيات الجديدة لا تندرج في فراغ، وإنما يتم تكييفها في النظام الاجتماعي الموجود سلفاً، وضمن الممارسات الاعلامية والاتصالية التي خبرها الأفراد مع وسائل أسبق من حيث الوجود، فحصيله التفاعلات مع هذه الوسائل تشكل رصيد يستند عليه المراهق في تعامله مع كل وسيلة أو وسيط يظهر للوجود، لكنه يقابل بنوع من الانبهار من قبل العامة وحتى المجتمع الاكاديمي في حالات كثيرة، من ذلك تشكيل مفاهيم تسويقية جديدة لوصف طرقي العملية على شاكلة new media, alternative media, social media، بالنسبة للوسيلة، و digital natives, y generation بالنسبة للمستخدمين، لذلك، وعلى هذا الأساس، سنتوقف عند تصور مفهوم جيل الانترنت والطريقة التي يعرض بها أكاديمياً.

7- طبيعة جيل الانترنت ومواقعها التفاعلية:

يؤكد بعض الباحثين على الموقع المخرج الذي تحتله المراهقة بين فترة الطفولة childhood والرشد adulthood وبين التبعية التي يحاول النسق فرضها والتطلع للاستقلالية التي يعبر عنها المراهقون من خلال بحثهم عن الخوض في تجارب مغايرة، فهي مرحلة تأسس لها جملة من الجوانب التي تميز طريقة حياتهم وأساليب تعبيرهم عن ذواتهم وشخصياتهم، تشير إليها طريقة لباسهم وقصّات شعرهم وحتى استخدامهم للتكنولوجيات، فهم يكافحون لإقامة هوية خاصة بهم تتبعد عن الأسرة وتقترب من الأصدقاء والأقران، ويتلذذون باقتناص الفرص التي تمكنهم من انشاء علاقات يختارونها بأنفسهم وليست تلك التي تُعطى لهم، وهو ما يمكنهم تحقيقه باستخدام التكنولوجيا والمواقع التفاعلية التي توفرها الانترنت.

لذلك، وكما سبق وأن أشرنا إليه، ولد جيل الشباب في عالم تهيمن عليه وتنتشر فيه وسائل الاعلام الجماهيرية، بحيث عايشوا كذلك أهم فترة لتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال ابتداءً من سنوات الثمانينات، لذلك لا تعني لهم عبارة "التكنولوجيا الجديدة" الكثير، ذلك لأنهم تعاملوا وتفاعلوا تقريبا مع كل الأدوات الاعلامية والاتصالية انطلاقا من ظهور التلفزيون وصولا إلى الكمبيوتر والانترنت ومواقعها التفاعلية، كما يتميزون باستخدامهم لمعظم الامكانيات التقنيّة لهذه التكنولوجيات انطلاقا من l'ancienne bureautique وصولا إلى الرسائل النصيّة الجديدة nouvelle messageries ومواقع شبكات التواصل الاجتماعيّة (SNSs) وموجة « UGC » أو ما يعرف بالمحتويات المكوّنة من طرف المستخدمين أنفسهم، وهذا ما أبرز للوجود جيل جديد من المستخدمين لهم علاقات مع الوسائل الاتصالية الجديدة تختلف عن علاقة الأجيال السابقة بها، أطلق Maric Prensky اسم digital natives إشارة لجيل يجد راحة في التعامل مع التكنولوجيا تختلف عن جيل digital immigrants الذي لا يزال يحاول أن يفهم وأن يندمج مع هذه التكنولوجيات للتمكّن من التعامل معها (Octobre, 2009, p 2).

من جانبه، يفترض Bernard Préel أن روح الجيل l'esprit d'une génération تتشكّل خلال المسار الدراسي بين الأفراد المولودين في نفس الفترة و الذين يتقاسمون خبرات حول أحداث تاريخيّة، ثقافية واقتصاديّة واجتماعيّة معيّنة، ويؤكد أن عيش الشباب في سياق تاريخي معيّن يعد جد أساسي، لأن ظهور الانترنت وتوسع استخدامها في البيوت وانتشار الكمبيوتر الشخصي يساعد هؤلاء الأفراد في تعاملهم معها وهو ما لاحظته Préel:

“*Ces jeunes se sont appropriés sur un mode ludique les nouvelles machines qui donnent à chacun le sentiment d’être créateur ou plutôt recréateur*» (Préel, 2000, p 10)

تشارك استخدامات هذا الجيل في إعادة مزج ودمج وربط المحتويات بفضل تحكّمهم في التكنولوجيا وتعاملهم السهل معها، و الذي يصل في حالات كثيرة لدرجة الابداع. أطلق Richard Berry اسم *génération sans fil* ليصف جيل حامل لنمط حياة يمثل ويعكس اختلاف أساسي في التعامل مع التكنولوجيات، كما يطلق عليه أيضا اسم *natifs numérique* للإشارة للجيل المستخدم الأصلي والذي كبر مع الكمبيوتر و الهواتف النقّالة، وقد عبّر عن ذلك Berry:

« *This is an audience which communicates via Text messages (SMS) and instant messaging and for whom using Technology is easy and second nature* » (Millette, 2009, p: 22)

ولكي نتّمكّن من فهم جيل الإنترنت أو ما أصبح يطلق عليه *Generation « Y »* أو « *Gen Why* » أو « *les Whyers* » أو *Génération portefeuille* لا بد علينا أولاً أن نستعرض مختلف الأجيال السابقة لها وذلك للوقوف على بعض مميّزاتها وللمحاولة تحديد نقاط الاختلاف استنادا للسياق التاريخي وطريقة التعامل مع التكنولوجيا، ونعتمد في ذلك على التقسيم الذي وضعه كل من William Strauss و Neil Howe والذي يحدد الأجيال (Huguet, 2009, p : 4) كما يلي:

1- الجيل الكبير (Seniors): تم اعتباره أول جيل حدّد بين سنتي 1901 و 1925 و يضم أفرادا طاعنين في السن.

2- جيل البناء (Builders): يسمّى هذا الجيل أيضا بالتقليدي أو الصامت، حدّد بين سنتي 1926 و 1945.

3- جيل (Baby boomers): حدّد هذا الجيل بين سنتي 1946 و 1964، و هي الفترة التي عرفت طفرة سكانية كبيرة بزيادة عدد المواليد بعد الحرب العالمية الثانية، يسمى هذا الجيل أيضا Génération naurel التي ساهمت في بناء عالم القيم و الإزدهار الشخصي المميّز.

4- جيل (X): يسمّى أيضا Génération Tampon أو Nomade و تسمى أيضا جيل Babu Bust بسبب تراجع نسبة المواليد، حدّد بين 1965 و 1981، عايشت فترة انتقاليّة اجتماعيّة تراوحت بين وقوع الإمبريالية الكولونيالية وسقوط جدار برلين. يطلق على هذا الجيل أيضا جيل المضحّي بهم « sacrifiée »، ويشعر أفرادهم بأهم ضحية الجيل الذي سبقهم وضحيّة لزمانهم الذي عرف الصدمات البتروليّة والموجات الأولى للبطالة... الخ. وقد استخدم رمز « X » لأول مرّة كعنوان لرواية تشير لمجهوليّة جيل واعي بقدراته، لكنّ عواطفه محجوبة من طرف جيل Boomers. (Hameury, 2010, p : 6)

5- جيل « Y »: يسمّى أيضا جيل Whyers حدّد بين سنتي 1982 و 2000 وهي تشكّل ثقافة حقيقية أو حالة نفسية/روحية Etat d'esprit نجدها عند هذا الجيل، كما أنه يحمل صفة أساسيّة هي العالمية.

6- جيل « Z »: هي تمثّل فئة الأطفال وحدّدت من سنة 2001 فما فوق.

في السياق نفسه، أظهرت دراسة استراليّة (MacCrindle, 2002, p : 2) بعض الاختلافات الأساسيّة التي تميّز « Y » Génération عن غيرها من الأجيال التي سبقتها بالتركيز على ثلاثة عناصر أساسيّة هي:

1- السن Age: أوضحت الدراسة أن عامل السن يلعب دور مهم في جعل هذا الجيل مختلف عن غيره من الأجيال السابقة، بحيث يحمل أولويات مختلفة ولا توجد لدى أفرادها أيّة التزامات ماليّة، أين يقبلون على إنفاق المال بإسراف ويذهبون معضمه في الترفيه، السفر، الأكل وحضور الحفلات واستخدام التكنولوجيا الرقمية.

2- الظروف Conditions: الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي يعيشها جيل « Y » تختلف عن الأجيال التي سبقته والتي تنطبق كذلك على اختلاف السن بينهم، فالتكنولوجيا متوفرة للجميع و متاحة للاستخدام.

3- الخبرات Experiences: الخبرات التي يحصلها جيل « Y » أثناء مرحلة الطفولة والمراهقة تحدد اختلافه عن الأجيال الأخرى، جيل Baby Boomers كان شديد التأثر بالتلفاز و Rock and Roll والحرب الباردة... في حين أن جيل « Y » عايش ظهور وانتشار الانترنت وتلفزيون الكابل والعملة... بحيث أن كل هذه الخبرات تعمل على تشكيل الجيل وقد أشار الباحثين في هذا الصدد لمقولة شهيرة تلخص هذا العنصر وهي أن الأفراد يشبهون أوقاتهم و زمنهم أكثر مما يشبهون أوليائهم.

يُعرف جيل « Y » بإقباله الكبير على استخدام التكنولوجيات الجديدة والوسائط الجديدة المتحدّدة واستخدامه الكبير لها بمهارة وسهولة جديدة، وقد وصفها الباحثون بأنها استخدامات تقترب من الإدمان عليها، ويشكّل هذا الجيل نسبة كبيرة من مستخدمي التكنولوجيا الرقمية في معظم المجتمعات، يتواصلون عبر التكنولوجيا (الانترنت، الإيميل، الرسائل القصيرة، الشات، مواقع الشبكات الاجتماعية...) وقد لاحظ الباحثون أنه يسهل الاتصال بهم وأن لهم ارتباطات جادة مع أصدقائهم كما أنهم لا يعطون أهمية كبيرة للوقت ويملكون ثقافة خاصة بهم، يشاهدون الأفلام ذات الأبعاد الثلاثة 3D و يتقنون ألعاب الفيديو... غير أن هذه الثقافة لا تنبني فقط على المعلوماتية وإنما كذلك على الاستخدامات المختلفة والشخصية والعاطفية التي يتفردون بها عن غيرهم من الأجيال.

وقد توصلت العديد من الدراسات لإثبات أن جيل « Y » مفتون بمواقع شبكات التواصل الاجتماعية (SNSs) وخاصة الفايسبوك الذي يستخدمونه من أجل تقاسم المحتويات بينهم وعنهم في نفس الوقت، كما يقبلون على الموقع للتعاون والمحادثة حول مسائل عامة وشخصية كذلك، ويستخدمون الموقع للتواصل مع أصدقائهم وإيجاد آخرين بشكل سريع، فقد عرف هذا الجيل بحبه للسرعة في كل شيء وعدم التزامه بالقواعد. (Huguet, 2009, p 9)

من ناحية أخرى، أثبتت الدراسات أن أفراد جيل « Y » غارقون في استخدام أدوات Web 2.0 في بيوتهم، يتقنون استخدامها، ويتميّزون بالفردانية مع الحاجة للاتصال مع قبيلتهم Tribu كما أنهم مولعون بالمواثبة Zapping والانتقال من تطبيقات Applications الى أخرى دون صبر، كما يقبلون على وضع التعليقات عبر الفايسبوك بعبارات مألوفة بينهم على شاكلة Super, cool.....(Balague et Fayon, 2010, p : 28).

يعتبر أفراد جيل « Y » فاعلين أساسيين في الانترنت، وقد برز دورهم أكثر مع ظهور الإعلام الاجتماعي ومختلف المنصّات المتطورة المعتمدة على فلسفة تكنولوجيا web 2.0 بحيث يعتبرون جزءا من الإنترنت التي يعملون على تكوين محتوياتها في الوقت الحاضر والمستقبل، تتداخل حياتهم الحقيقية مع الافتراضية ويعملون في الشبكة من خلال المبادلات المتزامنة échanges instantanés.

نظريات الدوافع

*“Always dream and shoot higher than you know how to.
Don’t bother just to be better than your contemporaries or
predecessors.*

Try to be better than yourself.”

– William Faulkner -

1- محاولة تحديد مفهوم الدوافع:

يرى عدد من الباحثين ان لفظ الدوافع Motivations قد تسلل الى معجم علم النفس في بدايات 1880 بحيث استخدم مفهوم الارادة Will غير المتبلور من قبل الفلاسفة والمنظرين الاجتماعيين لمناقشة سوابق دوافع السلوك الانساني، بحيث تبني الفلاسفة الوظيفيين والنفسانيين الاوائل لفظ "الدوافع" للإشارة للفعل الارادي (Bindra & Stewart, 1966) وتم اعتبارها كيانا يجبر الفرد على القيام بفعل أو سلوك معين، ويشرح بعض الدارسين أن دراسة الدوافع هو دراسة علم النفس في ذاته Psychology itself ذلك لأنها تهتم بشرح أنماط السلوكيات على تنوعها، بمعنى آخر هي شرح لماذا؟ Why المتعلق بسلوك معين،

“Motivation is concerned with goal-directed behaviour, what it is that pushes us towards certain forms of behaviour and not others.” (Gorman, 2004, p: 1)

فيرى (Franken 1994) أن البحث في الدوافع يُعنى عامّة بمسألة الكشف عن الأشياء التي تقف وراء أفعال البشر *what creates human actions* ويشير الباحث كذلك للكيفية التي تؤدي من خلالها الميولات الى القيام بفعل معين، وذلك من خلال التفاعل بين السيورورات البيولوجية والتعلمية والمعرفية. وبالإضافة الى البحث في ما يحفز وينشط السلوك البشري ويوجهه وكيفية الحفاظ عليه وتعزيزه، بمعنى آخر العملية التي من خلالها يتم اثاره وتعزيز النشاط الذي يوجهه هدف معين *goal-directed activity*. وتشير الدوافع الى الاحتياجات الداخلية التي تسبب بعض السلوكيات المحتملة (Ahl, 2006, p : 3). وعليه فإن الذي يجمع بين مختلف التصورات لمفهوم الدوافع هو توقعها داخل الأفراد، بمعنى آخر التركيز على الأفراد في كل محاولة لفهمها والبحث فيها.

اهتم الباحثون من مختلف التخصصات بموضوع السلوك البشري وخصائصه، وقد لفت انتباههم قدرة البشر على القيام بسلوكات هادفة ومقصودة، ويؤكد الباحثون بأن كل ما يقوم به الأفراد يكون تقريبا لسبب محدد، ففي الحياة الاجتماعية اليومية، يقدم الافراد على محاولة تحقيق اهدافهم وإرضاء رغباتهم. من جهة اخرى، يشير التطور الحاصل في ميدان علم النفس الاجتماعي للدوافع Social Psychology of Motivation الى اعتراف متزايد بأنه ليس كل السلوكيات الاجتماعية التي يقوم بها الافراد مردها الى دوافع ناتجة عن وعي، بمعنى الخوض في سلوكيات

اجتماعية شبه تلقائية، وعفوية من دون إدراك واعى، وهو ما تؤكد نتائجه مجموعة من الدراسات التي أشارت لحقيقة أن الفاعلين الاجتماعيين في كثير من الأحيان يكونون غير مدركين للأسباب الدافعة لقيامهم بسلوكيات معينة، ويقومون في حالة استجوابهم بذكر تفسيرات سببية غير صحيحة وربما خاطئة لأفعالهم، ويشير الباحثون لل صعوبات التي يعرفها مجال البحث في موضوع الدوافع بوصفها بناء فرضي hypothetical Construct وهو ما يفسر تواجد هذا الكم الهائل من النظريات، بحيث يرى Siebert:

“There is no common concept either of motivation, or of mutually agreed explanations...This plurality of theories is linked to the fact that motivation is not a clearly given object but a scientific construct. That is why a recognized classification of motives and motivation-directions is lacking”

(Siebert, 1985, p: 46)

ويؤكد الباحثون على تعقيد مفهوم "الدوافع" بالإشارة إلى التعريفات المتنوعة التي قدمت حوله، بحيث حاول كل باحث التركيز على جانب معين في تصوره للمفهوم، فنجد البعض قد ربطه بالإبحار (Gottfried, Achievement 1990) وآخرون بالأهداف (Elliott & Dweck 1988) وغيرهم بالمحركات البيولوجية (Pintrich & Schunk, 2002) واستراتيجيات التعليم (Pintrich & DeGroot, 1990). وعلى اختلاف المواضيع والتناولات، يشير الدارسون إلى أن الدوافع هي السيورة التي يبدأ ويستمر من خلالها النشاط الموجه بهدف معين (Choy, 2005, p: 2) كما أن الدوافع (الدافعية) تتميز عن بعض العوامل الأخرى التي تؤثر كذلك في السلوك، مثل الخبرات السابقة للشخص، وقدراته الجسمية، والموقف البيئي الذي يجد نفسه فيه، ولو أن هذه العوامل المذكورة قد تؤثر في الدوافع.

ومع ذلك، تشير الجهود التي بذلها الباحثون في سبيل تدليل صعوبة ملاحظة دوافع الأفراد بشكل مباشر أو في سيرورتها، إلى أن الأمر يتعلق بعملية تنطلق أساساً بفعل قوى دافعة داخلية ترتبط بالسمات الفردية مثل (الحاجات، الغرائز... الخ) والسمات الشخصية (المتعة، الخوف، الغيرة، الجشع... الخ)، كما ترتبط العملية

أيضا بقوى دافعة خارجة عن ذات الفرد يحكمها الموقف، الظروف، والمحيط وغيرها من العوامل التي تعترض الفرد، واتفق الباحثون النفسانيون (Roussel, 2000, p : 4-5) على تحديد خصائص الدوافع ولخصوها في أربعة عناصر مكونة لهذا البناء هي:

- **بدأ/انطلاق السلوك** Le Déclenchement du Comportement: وتشير هذه المرحلة للمرور من حالة انعدام النشاط الى حالة اخرى تتطلب بذل طاقة جسدية وفكرية/عقلية، بحيث توفر الدوافع الطاقة اللازمة لأداء السلوك.
- **اتجاه السلوك** La Direction du Comportement: تعمل الدوافع على توجيه السلوك في الاتجاه المناسب، بمعنى آخر نحو الأهداف الواجب تحقيقها، وتشكل الدوافع القوة المحرزة التي توجه الطاقة اللازمة لتحقيق الأهداف المرجوة، والجهود المبذولة لانجاز النشاط على نحو أفضل.
- **شدة/كثافة السلوك** L'intensité du Comportement: تحفز الدوافع على بذل الطاقة على أساس الأهداف المسطرة، وتتجلى على مستوى الجهود البدني والذهني/العقلي المنشور في النشاط.
- **إستمرارية السلوك** La Persistance du Comportement: تحفز الدوافع على بذل الطاقة اللازمة من أجل التحقيق السليم للأهداف، وتتجلى استمرارية السلوك في ديمومته في الخصائص الزمنية لتوجهه وشدة الدوافع.

فالإنسان في كل وقت تدفعه عوامل متنوعة داخلية وخارجية، ومن شأن هذه الدوافع بقوتها وأنماطها أن تؤثر في ادراكنا للعالم من حولنا، وفيما نفكر فيه من أشياء، وفيما نغمس فيه من أفعال سواء تضمنت استخدامنا للتكنولوجيا من عدمه، بحيث تؤثر دوافع الفضول، العدوان، الجوع، الجنس، التعب، الالم، الانجاز، وغيرها على جوانب عديدة من حياتنا اليومية، فالدوافع كما يشير الباحثون تتذبذب وترتب نفسها في انماط مختلفة في اوقات مختلفة (Murray, 1988, p : 32) .

وتبين الدراسات بأن ميدان البحث في الدوافع حديث جدا ولم يعرف تراكما كبيرا سوى تركيزا على بعض الحقائق المنعزلة والجزئية التي لا تساعد في وضع تصور نظري شامل مترابط ومتكامل، بحيث يصعب ايجاد تصور يعرف اجماعا بين الدارسين، ونجد بدلا عن ذلك مجموعة تصورات متنافسة مستمدة من الفلسفة وعلوم الحياة،

فبالرغم من وجود نظريات عديدة مفسرة لموضوع الدوافع، فإن الكثير منها يتشابه من حيث أدائها العام وعملياتها، بالإضافة لمكوناتها، بحيث يتضح لنا من خلال التعرض لمختلف النظريات أن كل مجموعة بحثية تدافع عن نموذجها النظري ولا تحاول-إلا في حالات محدودة- الإشارة لإمكانية ارتباطه بنماذج أخرى وهو ما يصعب البحث في الموضوع، ووعيا منا بتنوع التناولات النظرية للموضوع، فضلنا البحث عن نقاط الالتقاء بينها لتشكيل أرضية صلبة تساعدنا على فهم الظاهرة التي نحن بصدد معالجتها، وقبل الخوض في مختلف النظريات الكبرى، ارتأينا الوقوف على احد التقسيمات المهمة لمفهوم "الدوافع" والتي عرفت قبولا لدى المجتمع الأكاديمي وتوّجت بالعديد من الدراسات وتمكنت على مدار أربعين (40) سنة من التوصل لأدوات قياس موثوقة، نبهتنا لها الدراسات التي اطلعنا عليها على اختلاف اشكالياتها الكبرى، وهي كالآتي:

• الدوافع الداخلية (الجوهرية) Intrinsic Motivation

برز مفهوم الدوافع الداخلية مع أعمال Harlow و White سنوات الخمسينات من القرن الماضي وذلك في نقيض النظريات السلوكية المهيمنة انذاك، واكتسب المفهوم شهرته الأولية كتفسير لبعض السلوكيات المتنوعة والعفوية كحب الاطلاع على الفضاءات الجديدة (Montgomery, 1954) والتلاعب بالأشياء المثيرة للاهتمام (Harlow, 1953) فالسلوك المدفوع داخليا هو السلوك الذي لا تنشطه محركات فيزيولوجية ولا مشتقاتها وهو سلوك مماثل للطبيعة الاستباقية والموجهة بهدف التي تميز البشر، فهي بذلك سلوكيات تحدث مستقلة عن كل ضغوطات أو عقوبات أو حالات طارئة، فيشير Vallerand et Thill 1993 لهذه الفكرة في كتابهما:

« Elle correspond à la tendance à s'engager dans une activité pour le plaisir et la satisfaction qui sont inhérents à la pratique de cette activité et non en fonction des récompenses et des contraintes extérieures qui peuvent y être associées »

(Kugler et Claudon, 2011, p : 14)

ويدافع White (1959) عن فكرة أن السلوكيات العفوية يمكن تصورها كحاجة الأفراد للشعور بالكفاية والفعالية في تعاملهم مع المحيط ، ففي سعيهم للتحكم في المحيط، يهتم الأفراد ويقترّبون تلقائيا نحو المحفزات الجديدة

والمهام الصعبة (Rigby, 1992, p :167)، تدريجياً استخدم المفهوم على نطاق واسع للدلالة على عدد متنوع من الأنشطة كاللعب، التعلم، الانجاز... الخ، ويضيف الباحثون بأن السلوكيات المدفوعة داخليا لا تحتاج لمكافأة، غير أنها تحمل تجربة عفوية من الفائدة والمتعة ترافق السلوك في حد ذاته:

« *La motivation intrinsèque réfère à une action accomplie pour la satisfaction inhérente à l'activité elle-même, le plaisir ressenti, le défi qu'elle représente : l'action permet d'expérimenter les sentiments positifs liés à l'exercice et à l'extension de ses capacités personnelles* »

(Lecavalier, 2004, p : 12)

كما توصل كل من Vallerand, Blais, Brière et Pelletier نتيجة لتحليلهم للأدبيات الواسعة المرتبطة بالدوافع الداخلية لافتراض ثلاثة (3) دوافع جوهرية هي: (Mignon, 2012, p 34)

- دوافع داخلية (جوهرية) للمعرفة *La motivation intrinsèque à la connaissance*: ترتبط بقيام الفرد بنشاط معين بغرض اشباع متعة التعلم، واستكشاف الميادين والأنشطة الجديدة.
- دوافع داخلية للانجاز (للأداء) *La motivation intrinsèque à l'accomplissement*: تشير لحقيقة الاستثمار في نشاط معين لتحقيق غرض اشباع متعة انجازه وأدائه، وكذلك من اجل انشاء شيء معين أو رفع تحدي.
- دوافع داخلية للأحاسيس *la motivation intrinsèque aux sensations*: تشير لعملية القيام بنشاط معين من اجل الاحساس بشعور خاص من الاثارة، المرح، والمتعة الحسية.

ويؤكد الباحثون على أن الدوافع الداخلية تلعب دورا محوريا في تطور وازدهار الجنس البشري، تساعد الأفراد على اثارة اهتمامهم للبحث عن الجديد والمواقف التي تشكل تحديا بالنسبة لهم، وذلك لتوسيع قدراتهم الخاصة واستكشاف بيئاتهم (Flavell, 1999; Niemiec, Ryan, & Brown, 2008) لذلك، فإن السياقات الاجتماعية

التي تشجع وتدعم السلوكيات المدفوعة داخليا تعد جد ضرورية من أجل تطور شخصية الأفراد وازدهارهم النفسي والذهني ضمن مراحل حياتهم المختلفة، وهو ما يشير إليه Deci بقوله:

“The construct of intrinsic motivation describes this natural inclination toward assimilation, mastery, spontaneous interest, and exploration, that is so essential to cognitive and social development and that represents a principal source of enjoyment and vitality throughout life” (Deci and Ryan, 2000, p: 70)

• الدوافع الخارجية Extrinsic Motivation

بالرغم من أن الدوافع الداخلية (الجوهرية) تشكل نمطا مهما من الدوافع والتي نتصور أنها مثالية تنبع من جوهر الانسان وتعبّر عن ميل فطري لديه للتحكم في محيطه، إلا أنها ليست التفسير الوحيد للعديد من سلوكياته ونشاطاته، بحيث يشير الباحثون بالموازاة لنمط آخر من الدوافع هي الخارجية Extrinsic ويوضحونها من خلال تعريفها مجتمعة بالدوافع الداخلية:

“Extrinsic motivation is a construct that pertains whenever an activity is done in order to attain some separable outcome. Extrinsic motivation thus contrasts with intrinsic motivation which refers to doing an activity simply for the enjoyment of the activity itself rather its instrumental value” (Kaplan, 2007, p: 1)

فكلما كبر الفرد وتوسعت دائرة نشاطاته وتفاعلاته، كلما تضاعفت مسؤولياته وشكلت الرهانات الاجتماعية مصدرا للإكراه والضغط تدفعه للقيام بأنشطة تكون في كثير من الأحيان غير مثيرة بالنسبة إليه، وتجبره الظروف

التي يعيشها على القيام بسلوكيات "أدائية" instrumentale بغرض التخفيف من تلك الضغوطات، ويبدل وقتنا أكبر في سبيل تحقيق الواجبات الاجتماعية، و هو ما يؤكد Decy & Ryan:

“Humans also have a readiness to take in or assimilate ambient practices and values from the cultures in which they are embedded Often these practices are not in themselves enjoyable or interesting, and indeed often they can be arduous or uninteresting, but they are nonetheless motivated”

(Ryan & Deci, 2009, p: 172)

فسعي الأفراد لتحقيق نتائج منفصلة عن النشاط الذي يقومون به يكون نتيجة لدوافع خارجة عن ذواتهم، فالترفة بين المفهومين الداخلي (الجوهري) /intrinsic والخارجي extrinsic لا تركز على التفرقة بين موقع أصل النتائج أو المكافآت، وإنما على نمط هذه المكافآت، ففي الحالة الأولى تنتج وتتكون المكافآت داخل الانسان، وفي الحالة الثانية تكون خارجة عن ذاته يقترحها-أو يجبره عليها أحيانا- الشركاء الاجتماعيون الذين يتقاسم معهم الفرد نفس المحيط والتفاعلات، وينبها الباحثون لفكرة مهمة مفادها أنه يمكن للفرد ان يقوم بنشاط معين نتيجة دوافع داخلية وخارجية في نفس الوقت، بمعنى أن يقوم بالنشاط لسببين: الأول انه ممتع، والثاني أنه قد يحقق له نتائج اخرى منفصلة (Kaplan, 2007, p: 2)، وذلك في اشارة لإمكانية تراكب وتداخل الدوافع في نفس النشاط العام.

● اللأ دافعية L'amotivation

قدّم بعض الباحثين وضعية اخرى يمكن ان يعايشها الافراد ضمن نطاق خبراتهم اليومية، وهي حالة تغييب فيها الدافعية للقيام بفعل معين، بحيث لا يدرك الفرد العلاقة بين أفعاله والنتائج المحصلة، ويشعر بأن سلوكياته ناتجة عن عوامل خارجة ومستقلة عن ارادته:

“Amotivated individuals do not seem to have specific purposes and goals and they don’t seem to approach ends in systematic fashion... they simply do not demonstrate the intent to engage in an activity. Amotivation has been related to learned helplessness, where individuals withdraw efforts because of perceptions of incompetence and loss of control”

(Barkoukis, 2008, p: 40)

ويساوي بعض الباحثين انعدام الدوافع بالشعور بالعجز، الاستقالة المتعلّمة، أو العجز المكتسب (Vianin, 2006)، وأنها نتاج بناء شخصي واجتماعي يقوم به الافراد، تغيب فيه الدوافع الداخلية والخارجية معا، ويعتبر الباحثون بأن هناك ثلاثة (3) عوامل تتحكم في بروز حالة انعدام الدوافع هي: (Kugler, 2011, p :17)

- عدم القدرة التي يتصورها الفرد ازاء الوصول للنتائج المرجوة، ذلك لأنه تعود الانسحاب في مواجهة حالات ومواقف معينة.
- الإعتقاد الذي يملكه الفرد تجاه نقص قدرته وكفاءته على تبني سلوك معين.
- أن النشاط لا يحمل قيمة بالنسبة للفرد، بحيث أنه لا يحصل على أي اشباع يذكر.

ومع ذلك، يفترض عدد من الباحثين بأن الأفراد في كثير من الحالات يستمرون في ممارسة سلوك معين رغم غياب الدوافع وسبب القيام بالسلوك، ولو فكروا قليلا لاختاروا التوقف، فالسلوك في هذه الحالة يعبر عن غياب التحكم والكفاءة الذاتية، ويشكل انعكاسا للأنشطة الروتينية الآلية (التلقائية) التي لا تحمل أي معنى في الحياة اليومية الحالية للأفراد. (Radel, 2009, p: 57)

2- التوجهات النظرية الكبرى لدراسة الدوافع:

• المدرسة السلوكية:

اعتبر مجموعة من المفكرين مثل Darwin (1872) و Freud (1915/1957) و McDougall (1908) أن الغرائز أو القوات التحفيزية (الدافعة) الفطرية تشكل المحرك الرئيسي لكل السلوكيات الموجهة directed behaviour، في حين يرى باحثون آخرون بطرح مقارنة أكثر معرفية أو عقلانية للسلوكيات الهادفة، بحيث اقترحوا الوعي والارادة الموجهة بوصفهما محركات أساسية دافعة، وينبّه Fourgas للنقاش الدائر حول السلوكيات الهادفة للبشر قائلاً:

“In the light of contemporary debates about the nature and epistemological status of rational, directed human action, it is interesting to note that even in the beginning of social psychology there appeared a clear distinction between what could be considered unconscious and conscious motivational forces” (Fourgas, 2005, p:3)

ويشير الدارسون الى ان أبحاث الدوافع تم كبح انطلاقتها كغيرها من الميادين البحثية ضمن علم النفس والعلوم الاجتماعية نتيجة سيطرة طروحات المدرسة السلوكية، فقد رفض الباحثون السلوكيون حتى النظر في الدور الوسيط الذي يمكن ان تلعبه العمليات النفسية الداخلية في السلوك، هذا الطرح أبعد مفهوم الدوافع واعتبره غير جدير بالاهتمام والدراسة، وحتى الاهتمام الضئيل الذي وجد ارتبط بدراسة الكائنات الحيوانية من دون البشر، وذلك بإخضاعها لعمليات تجريبية تركز على حرمانها من الطعام والشراب بدرجات متفاوتة لتحقيق تغيرات في الدوافع وذلك ضمن الدراسات المبسطة simplistic للعلاقة محفز-اجابة، بمعنى آخر، لم يكن هناك أي مجال للكلام عن قصدية البشر ووعيهم، فالدوافع سواء كانت واعية أو غير واعية فإنها لم تشكل اهتمام واضح للسلوكيين الذين استبعدوها الى حد كبير من تفسيراتهم للسلوكيات الاجتماعية.

نتيجة لذلك، سرعان ما أصبح واضحاً أن التفسيرات التي قدمها السلوكيين للسلوك البشري لم تكن كافية، وأدرك السلوكيين الجدد أمثال Hull و Tolman أن أي دراسة للسلوك البشري تستوجب النظر والبحث في الطبيعة التحفيزية والدافعة للفعل، فالتفاعلات التي تكون للبشر مع محيطهم تتأثر بشكل كبير بأهدافهم ورغباتهم وما يريدونه wants وكذلك بدوافعهم، وجادل Ryle (1963) بأنه سيكون من الخطأ فصل السلوك عن البعد المعرفي الذي يصاحبه، وأوضح أن التفكير يرافق الفعل دائماً. انعكست هذه الفكرة على العديد من الأعمال ضمن علم النفس الاجتماعي في تلك الفترة، بحيث طور العديد من المفكرين نظريات حول السلوك الاجتماعي تتضمن "الدوافع" كعناصر ومكونات بارزة ضمنها، كما أثرت مساهماتهم بشكل أساسي ودائم في التفكير المعاصر حول الدوافع.

● المدرسة المعرفية:

في أعمالهم المختلفة، وضع كل من Heider و Lewin و Festinger وغيرهم تركيزاً وتأكيده كبيرين على أهمية القوى المحفزة والدافعة motivational forces والتصورات الذهنية الواعية وغير الواعية حول العالم الاجتماعي باعتبارها مفتاح السلوك البشري الاجتماعي، وأشار الباحثون إلى أن أحد المفارقات الكبرى لعلم النفس هو استغراقه لثلاثة قرون حتى تمكن من التوصل إلى أن الفرد يملك عقلاً وإرادة، وسنحاول باختصار فيما يأتي تناول مجموعة من النظريات التي أكدت شيئاً فشيئاً ودافعت على هذه الأفكار من خلال أبحاثها.

نظرية التسلسل الهرمي للحاجات: Hierarchy of Needs

انطلق Maslow في أبحاثه مركزاً على البشر عوضاً عن الحيوانات، وحاجج بأن النتائج التي أثبتت على الحيوانات لا تنطبق بالضرورة على البشر، وانتقد بشدة Harold Maslow من خلال أعماله طروحات السلوكيين التي أنكرت في مجملها أي حديث عن اختيار البشر أو الإرادة الحرة free will التي اعتبرتها مجرد وهم، وكان افتراضه الأول هو أن دوافع الفرد ومحصلة سلوكه تحددها حاجاته، فاختلف بذلك مع الذين يعتقدون بأن القوى الآلية أو الغريزية هي التي تتحكم في الأشخاص، واستخلص مجمل أفكاره التي تضمنتها نظريته theory of human motivation (1946) من ملاحظته للأفراد الذين تعامل معهم وعبروا عن معاناتهم من صعوبات كثيرة

في حياتهم الشخصية (Latham, 2007, p : 30)، فبدلاً من التركيز على المواقف، افترض وجود تسلسل هرمي من خمسة مجموعات من الأهداف يسعى الأفراد من خلالها إشباع حاجاتهم الأساسية، ويرى أن اشباع حاجة معينة يقود بالتالي للبحث عن اشباع التي تليها:

"At once other (and higher) needs emerge, and these, rather than physiological hungers, dominate the organism. And when these in turn are satisfied, again new (and still higher) needs emerge, and so on. As one desire is satisfied, another pops up to take its place." (Maslow, 1970, p : 38)

ويحدد Maslow تسلسل الاحتياجات على النحو الآتي (Ibid, pp: 35-48) :

- الاحتياجات الفيزيولوجية: تمثل المستوى الأول من الحاجات، وتتعلق بالاحتياجات الضرورية للمعيشة منها الحاجة للغذاء والسكن، وكلما أحس الجسم بالحرمان، فإنه يشحذ كل طاقاته لتلبية مطالبه.
- الاحتياجات الأمان: تمثل المستوى الثاني، وتعمل على مستوى سيكولوجي، وتتضمن حاجة الفرد للأمن والحماية في حياته اليومية.
- إحتياجات الحب والانتماء: تمثل المستوى الثالث، ويقوم على تقديم وتلقي الحب، وإحباط هذه الحاجات هو السبب الأساسي في كثير من الاختلالات والاضطرابات النفسية الأكثر قسوة.
- احتياجات تقدير الذات: يرتبط المستوى الرابع بحاجة الفرد الى الاحترام والتقدير والمكانة الاجتماعية، ويتضمن الاحساس الذاتي بالكفاءة.
- احتياجات تحقيق الذات: وهو أعلى مستوى الحاجات، ويرتبط بحاجة الفرد أن يحقق ذاته ويبلغ أوج امكانياته.

ويؤكد على حاجة تحقيق الذات self-actualization بوصفها الأعلى في سلم الحاجات، وهي كلمة مشتقة من فكرة أن لكل فرد الكثير من الامكانيات الخفية، مواهب وكفاءات يستطيع تطويرها وإخراجها الى السطح، ويمكنه أيضا تحيينها في عملية متواصلة ومتطورة لا تعرف النهاية (Heylighen, 1992, p: 41) ويُبرز Maslow فكرة وعي الأفراد بحاجتهم لتحقيق ذواتهم والانفتاح على التجارب، أين يحرصون على الخوض في تجارب جديدة، تعلم أفكار ومهارات أخرى، وكيف أنهم يشعرون بالاستقلالية في تعاملاتهم مع الأفراد والمجتمع والثقافة السائدة، بحيث يتخذون قراراتهم دون الحاجة للاعتماد على آراء الآخرين، أو حتى قواعد واتفاقات وقيم المجتمع،

“They like solitude and detachment, and have a need for privacy and independence. Their world view is generally independent of the particular culture or society in which they live, and they pay little attention to the social conventions, though they will superficially respect them if transgressing the rules would bring about needless conflicts” (Ibid, p: 43)

نظرية التوازن: Balance Theory

من خلال نظريته (1985) Balance Theory كان Heider من السباقين الى التركيز على حاجة البشر الأساسية الى تصورات وتمثيلات عقلية متماسكة ومعبرة باعتبارها قوة دافعة للتفكير والسلوك الاجتماعي، كما أكد على قدرة الفاعلين الاجتماعيين على تأويل وتفسير وحتى التنبؤ بسلوكيات غيرهم، أين تلعب المفاهيم القصدية intentional concepts كالمعتقدات والرغبات والأهداف دورا أساسيا في هذا الاطار، ويشرح الدارسون حاجة الفرد الى الحفاظ على توازن في علاقاته من خلال نظرية Heider:

“Header’s propositions stating that an individual tends to choose balance state in here interpersonal relation. This is caused by pressure or tension that resulting from the imbalance state in her interpersonal relations, which enforces someone to change her sentiment relation toward balance formation or to lesser force/tension” (Khanafiah and Situngkir, 2004, p: 2)

كما يؤكد Heider في كتابه (1958) *The Psychology of Interpersonal Relations* على أن الأفراد يختلفون في تعاملاتهم عن غيرهم من الكائنات الحية، بحيث يتفاعلون مع بعضهم انطلاقاً من عواطفهم وأفكارهم القادرة على مراعاة مشاعر وأفكار غيرهم من الفاعلين ، ويمكن القول أن السيوروات النفسية كالذوافع، النوايا، المشاعر وما الى ذلك، هي السيوروات الاساسية التي تتمظهر في السلوك العلني والتعبير في طرق متغيرة عديدة (Heider, 1958, p : 34).

نظرية المجال : Field Theory

استند Lewin بدوره من خلال نظريته Field Theory على مفهوم الذوافع، وارتكز في ذلك على علم نفس الجشتمت Gestalt Psychology وتبنى افكارها لتأويل السلوك الدافع motivational behaviour بحيث يرى أن السلوك يحدده كل من الفرد والمحيط، فبالنسبة لـ Lewin فإن القوة المحفزة للفرد من أجل تحقيق هدف في المحيط تحددها ثلاثة عوامل هي: التوتر tension أو حجم الحاجة، التكافؤ valence أو خصائص الهدف، بالإضافة الى المسافة السيكولوجية psychological distance بين الفرد والهدف، بحيث يتضح جلياً كيف أن السلوك الاجتماعي يرتكز على التصورات الذهنية/العقلية للفاعلين الاجتماعيين حول فضاء حياتهم، أين يملكون القدرة على اختيار مسارات بديلة للفعل ضمن فضائهم أو ميدانهم الشخصي، بحيث طور Lewin مفهوم البنى المعرفية ضمن دراساته حول التعليم وأشار أن الأفراد يتعلمون فقط عندما يقصدون التعلم، وأشار الباحثين لذلك:

“Lewin developed the concept of cognitive structures to distinguish motivational learning from other types of learning. Factors such as needs, motivations, and future time perspective interact with these structures to instigate thoughts and behaviors” (Clint, 1993, p: 8)

نظرية التنافر المعرفي: Theory of Cognitive Dissonance

ارتكز عمل Festinger من خلال نظرية التنافر المعرفي Theory of Cognitive Dissonance على مفهوم "الدوافع" بحيث شكلت بناءً أساسياً ضمن نظريته، ويعد من الأوائل الذين اقترحوا تفسيرات دافعية motivational explanations واضحة للعديد من السلوكيات الاجتماعية الغامضة وغير المتوقعة والتي تظهر غير عقلانية كذلك. من خلال عمله حول نظرية المقارنة الاجتماعية Social Comparison Theory تمكن الباحث من ارساء ملاحظة قاعدية حول الحياة الاجتماعية للبشر ملخصها: أن البشر لا يحبون التناقض (Cooper, 2007, p: 15) فحالة التناقض هذه تزعجهم وتدفعهم للعمل للحد منها، فكلما كان حجم التناقض الذي يواجههم كبيراً، كلما ازداد تهيجهم واضطرابهم ويصبحون أكثر دافعية لتخفيفها:

« L'individu est à la recherche d'un équilibre cognitive qui, lorsqu'il est rompu, génère un état de tension, lequel motive à son tour l'individu à tendre vers un univers cohérent »

(Vaidis, 2007, p : 10)

نظرية التوقعات: Expectancy Theory

قدّم Victor Vroom (1964) نظرية التوقعات Expectancy Theory of Motivation التي تنص على أن سلوك الأفراد هو نتيجة اختيار واع وعقلاني، أين يقومون بنوع من التحليل للتكلفة والمنفعة قبل الخوض في الفعل، ويفضلون الأفعال التي من شأنها تحقيق أعلى فائدة ذاتية، بحيث تشير النظرية الى أن قوة الميل للتصرف بطريقة معينة تعتمد من جهة على قوة التوقع بأن الفعل سيتبعه نتائج معينة ويعتمد من جهة أخرى كذلك على جاذبية النتائج بالنسبة للفرد، فالخيارات التي يقوم بها بين مسارات بديلة للفعل ترتبط بالأحداث النفسية التي تحدث بالتزامن مع السلوك، بمعنى أن الأفراد يختارون بشكل واع بين البدائل، وأن الخيارات ترتبط منهجياً بالسيرورات النفسية، خاصة تصور وتشكيل المعتقدات والمواقف. (Suciu, 2013, p : 183)

تتم النظرية بالسوابق المعرفية التي تتضمن الدوافع والطريقة التي تتصل من خلالها ببعضها البعض فاعتقاد الأفراد بأن الجهد الكبير الذي يبذلونه سيؤدي الى اداء جيد والذي يقودهم الى تحقيق النتائج والمكافآت المطلوبة سيحفزهم ويدفعهم للقيام بالنشاط والعمل:

“Expectancy theory is a cognitive process theory of motivation that is based on the idea that people believe there are relationships between the effort they put forth at work, the performance they achieve from that effort and the rewards they receive from their effort and performance” (Lunenburg, 2011, p:1)

وتقوم النظرية على أربعة افتراضات أساسية هي: (Ibid, 2011, p:2)

- 1- أن الأفراد ينضمون للمؤسسات وهم يحملون توقعات لاحتياجاتهم، دوافعهم، وتجاربهم السابقة، تؤثر هذه العوامل على كيفية استجابتهم نحو المؤسسة.
- 2- أن سلوك الأفراد هو نتيجة لاختيار واع، بمعنى أنهم قادرون على اختيار السلوكيات التي تقترحها حساباتهم المتوقعة.

3- أن الأفراد يريدون أشياء مختلفة من المؤسسة.

4- أن الأفراد سيختارون من ضمن البدائل التي أمامهم تلك القدرة على تحسين نتائجهم الشخصية.

ويؤكد Vroom بأن القوة الدافعة تعتمد على سلسلة تضم ثلاثة تصورات أساسية تشكل مفتاحا للافتراضات المذكورة وهي:

1- التوقع Expectation: ترتبط باعتقاد الفرد بأن مجهوداته الكبيرة ستسمح له بزيادة أدائه.

2- الأداة Instrumentality: ترتبط بتقدير احتمال ان الأداء المتوقع والمبدول من طرف الفرد سيؤدي الى عواقب ونتائج.

3- التكافؤ Valence: وتمثل القيمة التي يعزوها الفرد للمكافآت والنتائج التي تحصل عليها.

نظريات القيمة المتوقعة: Expectancy-Value Theories

يشير الباحثين الى ان الاعتقاد بأن الكائن الحي نشط دائما عرف قبولا كبيرا لدى الأوساط الأكاديمية وأدى الى تحول دراسات الدوافع من الاهتمام بالعوامل التي تجعل الكائن الحي نشط أو سلبى نحو الاهتمام بتوجه السلوك direction of behaviour والخيارات التي سيقوم بها الأفراد، وقد ميزت هذه النقلة اهتماما كبيرا بالمحفزات والبواعث incentives بالإضافة للتوقعات expectancies وأدى الاعتراف المتنامي بدورها كمحددات للدوافع الى ظهور نظريات القيمة المتوقعة (EVT)، التي تحمل فرضية قاعدية وأساسية تحاول تفسير السلوك المتخذ:

“What behaviour is undertaken depends on the likelihood that the behaviour will lead to the goal, and on the subjective value of the goal, Furthermore, it is assumed that at any given moment individuals are faced with an array of alternative goals, each of which has its own subjective likelihood of attainment and assigned value. The expectancies and values are combined to yield a motivational tendency; the strongest motivational value ‘wins’, that is, is expressed in action”

(Berliner and Calfee, 1983, p: 70)

تقترح هذه النظريات (EVT) أن الدافع وراء السلوك يعود الى التوقعات وقيمة السلوك والنتائج التي تتبعه كما يتصورها الأفراد، فكلما كان الارتباط بين التوقعات والقيم كبيراً، كلما كان هناك دافع لاختيار سلوك معين، القيام به، وأدائه والاستمرارية لتحقيقه، وهو ما أكدته Vansteenkiste and al:

“EVT is a cognitive-motivational theory that relates an individual’s level or strength of motivation to strive for a certain goal to the (product of) expectations to attain the desired goal and the incentive value or valence of that particular goal”

(Vansteenkiste, 2005, p: 270)

وبناء على ما سبق، نلاحظ أن النظرية (Ibid, 2005, p: 271) تركز في تفسيرها لدوافع السلوك على مفهومين أساسيين هما التوقعات Expectancy والقيمة Value، لذلك نرى بأنه من الضروري التوقف عندهما فيما يلي:

التوقعات: Expectancy

- يشير الباحثين الى ان مفهوم التوقعات ضمن نظريات "القيمة المتوقعة" تحمل معنيين أو نمطين:
- توقعات الكفاءة: وتشير للاقتناع بأن الفرد يمكنه تنفيذ السلوك المطلوب بنجاح لإنتاج النتائج.
 - توقعات النتائج: وتشير لتقدير الشخص بأن سلوك معين سيؤدي الى نتائج معينة.

القيمة: Value

بالإضافة للتوقعات، تشكل حاجات وقيم الفرد محددات لدوافع الفعل، فيشير الباحثين الى أنها تؤثر في تعريف وتصوير الفرد للحالة والوضعية، بحيث ينظر للأشياء والأنشطة والنتائج المحتملة من حيث القيمة التي تحملها سواء كانت ايجابية (جذابة) أو سلبية (اكراه).

وبالرغم من أن نظريات القيمة المتوقعة عرفت بدايتها مع عمل John Atkinson الذي اقترح Theory of Achievement Motivation (1957) والذي حاول من خلالها عزل محددات السلوك ثم تحديد العلاقات الرياضية بين مكونات النظرية، إلا أن عمله تواصل مع كل من Battle (1965, 1966) و the Crandlls (1969) و Feather (1982, 1988, 1992) وحاليا مع أعمال Eccles وزملائه، وهي المرحلة التي سنركز عليها فيما يأتي.

النموذج الحديث لنظرية القيمة المتوقعة: Expectancy-Value Model

تأسست النظريات الحديثة المتعلقة بالقيم المتوقعة والتي برزت خاصة مع أعمال مجموعة من الباحثين على غرار (Eccles 1987; Eccles et al. 1983; Wigfield & Eccles 1992, 2001, Feather 1988) على النموذج الذي اقترحه Atkinson (1964) من حيث أنهم يربطون في طروحاتهم أداء الانجاز، الاستمرارية، والاختيار مباشرة بتوقعات الأفراد واعتقادهم بقيمة الفعل أو النشاط الذي أمامهم، بحيث تفترض هذه النظريات أن:

“Individual’s expectancies for success and value they have for succeeding are important determinants of their motivation to perform different achievement task”. (Wigfield, 1994, p: 50)

لكن، يؤكد Eccles على أن النماذج الحديثة للنظرية تختلف مع طرح Atkinson من خلال نقطتين أساسيتين (Eccles and Wigfield, 2002, p : 118):

- مكونات النموذج المتمثلة في التوقع Expectancy والقيمة Value تعرض بشكل أكثر تفصيلاً وترتبط بشكل أوسع بمجموعة عريضة من المكونات النفسية والثقافية/الاجتماعية.
- يتم افتراض كل من التوقعات والقيم كمكونات مرتبطة ببعضها إيجابياً، وليس عكسياً على النحو الذي اقترحه Atkinson.

وعليه، يشير النموذج الحديث لنظرية القيمة المتوقعة الذي طرحه Eccles وزملاءه أن الدوافع تنأى من الرغبة في إشباع الأهداف، والتي أنشأها الفرد سلفاً بناءً على تقييمه لوضعه الحالي، بعد ذلك، تتشكل التصورات (التمثلات) العقلية حول الأهداف لتلبية الحاجات، وهو ما يقود عملية وضع الأهداف بكاملها، فتقييم الفرد للأهداف يقوم على احتمال النجاح واجتناب الفشل، بالإضافة للتكاليف والفوائد المترتبة عن هذه الأهداف، مع الأخذ بعين الاعتبار قيمة (قيم) هذه الأخيرة.

يفترض النموذج أن السلوك هو نتيجة تقييم عقلائي للحالة أو الوضعية، والتي تمثل عناصرها غير المشبعة قاعدة للأهداف والسلوكات، لكن وبالرغم من امكانية ان تشكل هذه الحاجات غير المشبعة قاعدة الأهداف والسلوكات إلا أن ذلك لا يحدث أوتوماتيكياً، بحيث يختار الفرد سلوكه بشكل عقلائي معتمداً على الاحتمالات التي تمكنه من تحقيق أهدافه، كما تتأثر هذه الأخيرة بالحاجة والقيمة الموجودة خلف السلوك.

كما أشار Eccles وزملاءه في مناسبات عديدة (Eccles 1984a, 1984b, 1993, Eccles et al 1983) لإمكانية تدخل المؤثرات الثقافية في التوقعات والقيم، بحيث أكدوا على دور النوع Gender، الصور النمطية الثقافية Cultural Stereotypes حول مختلف المواضيع، بالإضافة إلى البيئة الثقافية الواسعة التي ينمو فيها الأفراد في التوقعات والقيم التي يضعونها،

“Children’s perceptions and interpretations are influenced by a broad array of social and cultural factors. These include socializer’s (especially parents and teachers) beliefs and behaviors, their specific achievement experiences and aptitudes, and the cultural milieu in which they live”

(Wigfield and Eccles, 2004, p: 169)

نظرية تحديد الأهداف: Goal-Setting Theory

من خلال نظرية تحديد الأهداف Goal-Setting Theory طرح Edwin Locke مرتكزا على أعمال أستاذه والمشرف على أطروحته Ryan بأن القصد/القصدية intentions هي التي تعدّل السلوك، بحيث أن الاحتياجات والمعتقدات وكذلك المواقف تؤثر على السلوك من خلال القصد، فبمجرد تشكله (القصد) يصبح سوابق فورية للتنبؤ وتفسير السلوك، ويبين الباحث أن نظرية "التوقعات" لم تعالج مفهوم القصد بشكل واضح، واقترح Ryan في تلك الفترة مقارنة مهمة لدراسة دوافع البشر تنطلق بشكل بسيط من سؤالهم حول ماذا يحاولون إنجازهم وراء قيامهم بفعل معين؟، وشرح Locke هدف أستاذه Ryan قائلا:

“He (Ryan) proposed approaching human motivation starting with the individual’s immediate intentions, then building from there to explain the sources of the intentions and so on”

(Locke, 1996, p: 118)

بعد اختباره لفرضيات Ryan توصل Locke الى أن "الأهداف" لها أثر في توجيه الاهتمام والفعل (الاختيار) تعبئة الجهد، وإطالته واستمراره في الزمن، ودفع الفرد وتحفيزه لتطوير استراتيجيات ذات صلة لتحقيق أهدافه (Radosevitch, 2007, p : 24)، كما تفترض النظرية بأن الأهداف تعمل كمعيار مرجعي في سيرورة المقارنة المعرفية للتقييم الذاتي والرضا، بحيث يؤكد كل من Latham and Locke (1991) بأن اختيار الهدف هو مزيج من مما هو مطلوب أو مرغوب فيه وما يعتقد أنه قابل للتحقيق (Hsiaw, 2009, p : 5).

ويرى Locke بأن النظرية تشير لسمة أساسية في السلوك البشري هي Directedness وأكد على هذه الفكرة كل من Austin and Vancouver (1996) و Mitchell and Daniels (2003) وأضافوا بأن الأهداف تشكل موضوعاً جوهرياً ضمن غالبية المقاربات السيكولوجية التي تعرّضت لموضوع الدوافع، ويحاجج Locke بأن النظرية متفتحة على غيرها من النظريات وتحتل الاختبار في ميادين بحثية عديدة، بحيث عمل كل من Locke and Latham على ادماج جوانب من نظرية الكفاءة الذاتية Self-efficacy التي قدمها Bandura (1986) واقترحا (Gagné and Deci, 2005, p :341) بأن تصورات الأهداف هي الأسباب الفعالة للسلوك وأن أداء الأفراد

يزيد:

- عندما يضعون أهداف صعبة ومحددة تملك تكافؤ Valence كبير.
- عندما يفهمون ويدركون السلوك الذي يؤدي لتحقيق الهدف ويشعرون بأنهم مؤهلين للقيام بهذه السلوكات.

كما يشير الدارسون في اطار تقييمهم لنظرية تحديد أو "وضع الأهداف" بأنها تتموقع ضمن النظريات التي لا تفرق بين أنواع الدوافع.

النظرية المعرفية الاجتماعية: Social Cognitive Theory

ضمن نفس المسار، ومن خلال أبحاثه التي ارتكزت على اطار السلوكية والتعلم الاجتماعي، قدّم Albert Bandura النظرية المعرفية الاجتماعية Social Cognitive Theory التي ساهمت في احداث طفرة قوية ضمن ميدان علم النفس، وتشير باختصار الى أن السلوك هو تفاعل متبادل ومستمر بين المتغيرات المعرفية والسلوكية ومتغيرات المحيط كذلك، ويؤكد على ذلك Bandura:

« Selon cette conception transactionnelle du soi et de la société, les facteurs personnels internes – sous forme d'événements cognitifs, émotionnels et biologiques-, Les comportements et l'environnement opèrent tous comme des facteurs en interaction qui s'influencent réciproquement »

(François, 2004, p : 52)

بحيث عبّر الباحث بجلاء على فكرة أن السلوك تحدده عواقب المحيط ويؤثر فيها كذلك، كما أن البيئة والمحيط تؤثر في أهداف ونوايا الفرد الواعية والعكس بالعكس،

« Dans cette conception, l'influence de l'environnement sur les comportements reste essentielle mais à l'inverse de ce qu'on trouve dans les théories behavioristes ... une place importante est faite aux facteurs cognitifs, ceux-ci pouvant influencer à la fois sur le comportement et sur la perception de l'environnement. »

(François, 2002, p : 521)

فيشير بذلك البعد الاجتماعي social الى الأصول الاجتماعية للفكر والفعل الانساني (ما يتعلمه البشر نتيجة كونهم جزءا من المجتمع)، في حين يشير البعد المعرفي cognitive ويعترف بالمساهمات المؤثرة لسيورورات التفكير على دوافع، اتجاهات وسلوكيات البشر.

ترتكز النظرية المعرفية الاجتماعية على تجاوز حدود النظريات الأخرى التي عملت فقط على ربط مختلف العوامل السيكولوجية بالفعل to action (الحاجات، التوقعات، الخ) لكنها فشلت في تحديد الآليات التي يمكن أن تؤثر في قوة العلاقات المقترحة، (Stajkovic and Luthans, 1998, p:64) بحيث تقترح النظرية تجاوز هذه المشكلة انطلاقا من نقطتين:

- أولا: تحديد العوامل التي تتحكم في السلوك الانساني بشكل واضح.
- ثانيا: تحديد القدرات البشرية الأساسية المتنوعة والتي من خلالها تعمل السيورورات على بدأ، تنفيذ، والحفاظ على السلوك.

وبذلك توفر النظرية اطارا يشمل المتغيرات الأساسية لكل من النظريات المعرفية والسلوكية، وتؤكد على السيورورات الرمزية وعمليات الضبط الذاتي self-regulating في اكتساب السلوك والحفاظ عليه، وتشير لقدرة البشر على توقع نتائج معينة، وضع أهداف، والعمل (الفعل) وفقا لها، فيستطيعون بذلك ويتمكنون من التحرك كفاعلين اجتماعيين انطلاقا من دوافعهم الذاتية self-motivation، ويشرح ذلك Bandura قائلا:

“Most human behaviour, being purposive is regulated by forethought. The future time perspective manifests itself in many different ways. People form beliefs about what they can do, they anticipate the likely consequences of prospective actions, they set goals for themselves, and they otherwise plan courses of action that are likely to produce desired outcomes. Through exercise of forethought, people motivate themselves and guide their actions in anticipatory proactive way”

(Bandura, 1991, p: 248)

كما يوضح الباحث بأن تفسير المصادر المحفزة للسلوك يستلزم توضيح المحددات والميكانيزمات التي تحكم وتنظم اختيار، تنشيط، وتوجه السلوكيات نحو هدف معين، ويبين الباحث بأن النظرية المعرفية الاجتماعية تفرق بين ثلاثة فئات كبرى للدوافع: (Bandura, 1993, p : 44)

- تشير فئة الدوافع الأولى: الى الظروف البيولوجية conditions biologiques التي تسبب عدم ارتياح بدني physique ينشّط ويفعل سلوك الاستهلاك والحماية.
- تشير فئة الدوافع الثانية: الى البعد الاجتماعي social، وتنطوي على ردة فعل الآخري (موافقة/رفض) فالأفراد يتصرفون للفوز باستحسان الغير وتفادي غضبهم.
- تشير فئة الدوافع الثالثة: الى البعد المعرفي cognitive، ففي هذا السياق، يحفز الأفراد أنفسهم ذاتيا ويوجهون أفعالهم عن طريق الاستباق anticipation، بحيث يتوقعون النتائج المحتملة لأفعالهم، يضعون أهدافا، يخططون سير أنشطتهم لتحقيق ما يرون أنه قيم، فهذه القدرة على التحفيز الذاتي automotivation والفعل القصدي تتجذر وترسخ في النشاط المعرفي.

وتنظر النظرية المعرفية الاجتماعية للأفراد بوصفهم فاعلين نشطين بدوافعهم الذاتية، لا يكتفون برد الفعل اتجاه الأحداث المتضاربة التي تسبب اضطرابات معرفية، وأضاف Bandura بأن قدرة الأفراد على التأثير في ذواتهم من خلال تحديات شخصية ومن خلال تقييمهم لانجازاتهم وتشكل ميكانيزمات معرفية في غاية الأهمية للدوافع والتوجيه الذاتي auto-direction.

3- نظرية التقرير الذاتي: Self-Determination Theory

تعرف الدوافع على أنها بناء افتراضي يستخدم لوصف القوى الداخلية و/أو الخارجية التي تولد بداية توجه، وكثافة واستمرارية السلوك، كما أن تركيز الباحثين على القوى الداخلية والخارجية يرجع ويتفق مع وجود نوعين من الدوافع كما سبق وأن أشرنا، داخلية (الجوهرية) وخارجية intrinsèque et extrinsèque فتشير الدوافع الداخلية للأنشطة التي يقوم بها الفرد بسبب المتعة الكامنة فيها، أما الدوافع الخارجية فتشير للقيام بنشاط لتحقيق هدف منفصل عن الفعل في حد ذاته، هذا التقسيم، يبرز بشكل كبير مع نظرية التقرير الذاتي

Théorie de l'Autodétermination (Deci et Ryan, 2000) والتي تعتبر نظرية كلية macro-theory للدوافع، الاحساس، والتطور، تهتم بالعوامل التي تعزز أو تثبط العمليات الاستيعابية والموجهة للنمو لدى البشر (Niemi, 2009, p : 134)، وتقتصر تصورا للدوافع الجوهرية والخارجية للكائنات وترتكز على العلاقة الجدلية بين المحيط (البيئة) والفرد وذلك في عملية بحثه عن ارضاء وإشباع حاجاته النفسية، فيرى Deci and Ryan أن النظرية تهدف الى:

“Focus on the process by which individuals move toward a greater sense of self-determination in their activities and behaviours. Such movement is the result of a dialectic between an active organism and a dynamic environment, such the environment not only acts on the individual, but is also shaped by the individual” (Wigfield, 2002, p: 154)

دفع هذا التصور الباحثين لتحليل العناصر الرئيسية المؤدية لسوابق ونتائج هذين النوعين من الدوافع، وخلصت بعض الدراسات وبيّنت أن شخصية الفرد، دوافعه اليومية، ودوافعه اتجاه ميادين الحياة العامة قد تأثرت بعوامل عديدة وتنتهي الى نتائج متنوعة كذلك.

بهذا الصدد، قدم كل من Deci and Ryan مقاربتهم مستنديين على عمل (1968) deCharms الذي اقترح التفرقة بين السلوكيات التي يعايشها الفرد وهي نابعة من ذاته، وبين السلوكيات الأخرى التي تكون مصادرها خارجة عن الذات، ويجادل الباحثان بأن نظرية التقرير الذاتي تنطوي على الدرجة التي يعايش من خلالها الأفراد ذواتهم مستقلين يملكون القدرة على الاختيار ويبدرون اراديا فيما يخص أفعالهم وسلوكياتهم وذلك في نقيض للشعور بالمراقبة أو الضغوطات . Controlled or Pressured

سلوك الاستقلال الذاتي والسلوك المضبوط: Autonomous and Controlled Behaviour

يفرق الباحثون بين نوعين من السلوكيات التي يقوم بها البشر في وضعيات عديدة ضمن اطر حياتهم اليومية، وترتبط بوضعهم وتحديددهم لمجموعة من الأهداف التي تتراوح بين الفائدة الشخصية الكامنة فيها وبين الضغوطات الاجتماعية التي تجبرهم على تبنيها، فالهدف المستقل يرتبط بالفائدة والقيم الشخصية، في حين أن الأهداف المضبوطة فإنها تشير لتلك الأهداف التي يشعر الأفراد أنهم مجبرون على القيام بها نتيجة ضغوطات خارجية أو داخلية، ويؤكد الباحثون على هذه الفكرة:

“An individual may have many different reasons for setting a goal. A goal may be selected because it reflects an individual’s interests and personal values, or it can be adopted because of social pressure or because of expectations of what an individual should do” (Palletier, 2008, p: 1202)

وتبعاً لهذا، تؤكد الدراسات الى أن منبع وأصل الهدف يؤثر في كيفية تنظيمه وإمكانية نجاحه، فالأهداف التي لم تأيدها ولم تقرها ذاتية الفرد من المرجح ان تؤدي الى توليد صراع داخلي *intrapersonal conflict* في حين أن الأهداف المستقلة تسمح للفرد بالاعتماد على الموارد الارادية كالقدرة على ممارسة جهد مستمر في موضوع (فعل) معين، فيبرز بذلك نوعين من السلوكيات، سلوك مستقل ذاتيا *Autonomous* وسلوك مضبوط *Controlled* أين تنظم السلوكيات المستقلة ذاتيا *Behaviours Autonomous* عن طريق سيورورات الاختيار والارادة، والتي تنعكس في التأييد الكامل والاستعداد الذي يبديه الأفراد للخوض في سلوك معين، وعلى هذا يبين كل من *Ryan Deci and* بأن الانسان بحاجة الى الشعور بالكفاية والجدارة بالإضافة للاستقلال الذاتي، فالأنشطة المدفوعة داخليا تشبع الحاجة للكفاية والاستقلالية الذاتية عكس الأنشطة المدفوعة خارجيا التي يمكن أن تقوضهما، لأن الفرد عندها يعزو ضبطه لسلوكه الى مصادر خارجة عن ذاته.

الدوافع المستقلة والمضبوطة: Autonomous and Controlled Motivation

تؤكد نظرية التقرير الذاتي Self-determination theory على أن نوعية الدوافع تؤثر على المدى الذي سيخوض الفرد ويستمر من خلاله في سلوكيات معينة، وكفكرة مركزية، تفرق النظرية بين نوعين من الدوافع، المستقلة ذاتيا والمضبوطة (المراقبة) وتعكس كلاهما تصورات الأفراد والأسباب التي تجعلهم يقبلون على فعل معين:

“The forms of motivation reflect individual’s rationale or reasons for engaging in tasks and are driven by perceptions as to whether the behaviour will serve an individual’s psychological needs” (Hager et al, 2014, p: 566)

يرى الباحثون أن الدوافع المستقلة ذاتيا تحيل لخوض الأفراد في سلوك معين لأنهم يتصورون بأنه يتسق ويتوافق مع الأهداف أو النتائج الداخلية وينبع من الذات، بمعنى آخر، تكون الذات هي مصدر ومحدد السلوك self-determined، ويجادل الباحثون بأن الأفراد يخوضون في سلوكيات معينة وهم يشعرون بالقدرة على الاختيار، يملكون تأييد شخصي، فائدة، ورضا، (Ibid, 2014, p: 567) ونتيجة لذلك، من المرجح أن يستمروا في السلوك الذي يتوافق بدوره ويدعم الاحتياجات الفطرية للبشر للتحكم والاستقلالية autonomy بالإضافة لطموح الفرد لأن يصبح فاعل شخصي يتحكم في محيطه، ويبحث عن الإحساس بالكفاية واختبار الشعور بالفعالية والتحكم في أفعاله، نتيجة لذلك، يرى الباحثون أن أفعال الأفراد التي تكون بهدف الاستقلالية والتحكم تكون أكثر احتمالية للبدء والاستمرار في سلوك معين دون الحاجة لضغط أو تعزيز خارجي.

في المقابل، تشير الدوافع المضبوطة أو المتحكم فيها للخوض في سلوك معين نتيجة أسباب خارجة عن الذات، كتحصيل فوائد مادية أو البحث عن القبول لدى الآخرين واجتناب عقابهم أو الإحساس بالذنب، فالأفراد الذين يقبلون على سلوك معين نتيجة للدوافع المضبوطة Controlled يشعرون بنوع من الالتزام والاضطرار والضغط الذي يمارس عليهم من طرف قوى خارجة عن ذواتهم،

“Activities that are not interesting (i.e., that are not intrinsically motivating) require extrinsic motivation so their initial enactment depends upon the perception of a contingency between the behavior and a desired consequence such as implicit approval or tangible rewards”

(Gagné and Deci, 2005, p: 334)

ويؤكد الدارسون بأن الأفراد يستمرون في السلوك مادام مصدر الضغط الخارجي موجودا، ويختفي السلوك بمجرد اختفاء مصدر الضغط وبذلك لا يتم تصور السلوكيات بوصفها دعما للاحتياجات النفسية وإنما ينظر إليها كمحبطة لها.

الاستقلالية والاحتياجات النفسية ضمن نظرية التقرير الذاتي:

عرف مفهوم الاستقلالية جدلا كبيرا على مستوى العديد من الميادين البحثية، وقد أكد المفكرون على فكرة الحرية والحكم الذاتي باعتبارها مكونات أساسية للتطور الصحي للمجتمعات الناجحة، لكن وبالرغم من أن فكرة الاستقلالية autonomy عرفت انتشارا وقبولا كبيرين على المستويين السياسي والاقتصادي واستطاعت جذب العديد من الانصار، إلا أنها لم تلاقي الاهتمام الملائم ضمن ميدان علم النفس، فالكثير من النظريات السائدة في تلك الفترة والتي تمتد للوقت الحالي، اعتبرت الاستقلالية مفهوما غير مفيد (Bandura, 1989) أو أنها قيمة ذكورية غربية (Markus & Kitayama, 1991) تعرفها المجتمعات والسياقات الفردانية individualist contexts ولا تهم المجتمعات الشرقية collectivist societies (Lynch, 2010, p : 2) ، كما يجادل البعض الآخر بأنها تشكل مجرد وهم (Wegner, 2002 ; Wilson, 2002) وقد عبر Bargh عن رفضه لفكرة التقرير الذاتي واستقلالية البشر قائلا:

“Most of a person’s everyday life is determined not by their conscious intentions and deliberate choices, but by mental processes that are put into motion by features of environment and that operate outside of conscious awareness and guidance”

(Bargh, 1999, p: 462)

بالمقابل دافعت نظرية التقرير الذاتي self-determination theory وجادل كل من Deci and Ryan بأن الصراع بين قوة الارادة volition والاختيار من جهة وقوى التحكم والضبط الداخلية والخارجية من جهة اخرى تشكل اجندة عميقة ومحورية ضمن التطور الانساني ولها آثار مهمة على الدوافع، السلوك، والعافية wellness. تقترح نظرية التقرير الذاتي وتفترض أن البشر بطبيعتهم يمثلون كائنات نشطة يتوجهون لتطوير وصقل قدراتهم من خلال التفاعل مع المحيط المادي والاجتماعي؛ البحث عن فرص للإختيار؛ البراعة؛ صلات شخصية؛ ودمج خبراتهم الجارية، لكن وفي الموازاة مع كل ذلك، يبقى البشر عرضة للمراقبة والسلبية وتخضع توجهاتهم في المقام الأول للتأثيرات الخارجية عندما لا تكون الظروف داعمة لميولاتهم الفطرية نحو النمو.

تتجلى أهمية هذا الطرح من حيث أنه يبين بأن سلوك الفرد ينبع من احساسه بذاته، ومن اهتماماته وقيمه، أو من مصادر اخرى خارجة عن الذات يتم تصورها كقوى ضاغطة،

“This distinction lays the groundwork for an empirical examination of the causes and consequences of behaviors that emanate from one’s self or from the heteronomous forces acting on the self” (Niemic et al, 2010, p: 175)

وتقترح النظرية بأن المحركات الفيزيولوجية physiological drives والحاجات النفسية بالإضافة للأحاسيس تساهم في تغذية طاقة السلوك المدفوع، ويمكن أن تعمل بطريقة متكاملة أو متضادة، فيمكن لدوافع الأفراد أن تنطوي على تجربة الاختيار والتنظيم الذاتي الارادي volitional self-regulation أو يمكن أن تكون مضبوطة ومسيطر عليها خارجيا، كما يحتمل أن يقع الأفراد في حالة اللأ دافعية amotivation.

تؤكد نظرية التقرير الذاتي على أن الأفراد يميلون نحو التماسك النفسي والتكيف مع محيطهم، وهي عملية تركيبية تؤدي إلى النمو والتطور، ويشبه الباحثون ضمن النظرية بحث البشر عن إشباع حاجاتهم النفسية وأهمية العملية بالنسبة لهم ببحث النبات عن إشباع حاجاته البيولوجية ويشيرون:

“Just as a plant will thrive given adequate sun, soil, and water, a human self will thrive to the extent its psychological needs are met (i.e. it will feel and do well). Conversely, just as a plant will wither without proper nutrients, so will a human self”

(Sheldon, 2011, p: 41)

كما لا تستبعد النظرية ولا تنفي في ظل تواجد ظروف اجتماعية معينة امكانية معايشة ومواجهة الافراد حالات من التجزؤ النفسي psychological fragmentation، التنافر disharmony، الاغتراب alienation، تدهور الذات والآخرين، بالإضافة للخوض في سلوكيات غير متألّمة، وعددا من الظواهر المعبرة عن الجانب القائم من الحياة البشرية (Hawkins and Novy, 2011, p : 6) وبذلك تبرز الفكرة التي تشكل أساس النظرية وتنبه للعملية التفاعلية التي تحدث بين الفرد القادر على الاستباق proactive والبيئة الاجتماعية بكل مساراتها، فالعالم الاجتماعي يمكن أن يدعم ويثبط نشاط الأفراد على حد سواء، وهما جانبان أساسيان يعكسان كلا من الوجه المشرق والمظلم لحياة البشر والتي يجب دراستها بكل أبعادها.

يلاحظ المتأمل للكتابات التي تعرضت لمفهوم "الحاجات" needs ضمن النظريات والتقاليد البحثية اختلافا من حيث تعريفها وتصورها للمفهوم، ففي الوقت الذي يستخدم بناء "الاحتياجات" للدلالة على كل ما يتعلق بالفروق الفردية من حيث الرغبات والدوافع، تقترح نظرية التقرير الذاتي بأن الحاجات النفسية القاعدية ضمن النظرية تشكل مبدأ توحيد unifying principle بين البشر:

“The SDT conception of needs contrasts with the motive disposition conception, which focuses upon needs as acquired individual differences in behavioural orientations that have no necessary relations with thriving and Maslow’s conception, which assumes a hierarchically contingent rather than an additive relation among universal needs”

(Sheldon & Filak, 2007, p: 268)

وتختلف في تصورها للمفهوم من حيث أنها تركز على اعتباره مغذي أساسي لتحقيق أداء متكامل integrated functioning، فهذه المغذيات nutrients الضرورية تشكل حلقة أساسية في التأقلم وتعمل على دعم الميولات الكامنة للكائنات نحو النمو والتطور النفسي بالإضافة للسلامة والسعادة والرفاهية، فتفترض هذه النظرة بأن الحاجات هي فطرية وليست مكتسبة يتعلمها الأفراد في المجتمع، (Baard, 2004, p : 2046) كما توفر (النظرية) أسسا للتحقق الامبريقي من الاشياء ان كانت تشكل حاجات فعلا أم أنها مجرد رغبات Desire يتمنى الفرد لتحقيقها.

ويؤكد كل من Deci & Ryan من خلال نظريتهم التحتية التي يدعوها نظرية الاحتياجات الأساسية basic « needs theory 2002 أنه في حالة اشباع الاحتياجات النفسية الاساسية فإنها تساهم بشكل مستقل في التحفيز أو الدافعية الذاتية self-motivation والسعادة النفسية، في نوعية العلاقات الشخصية، الأداء الفعال والصحة البدنية، أما في حالة احباطها فإنها تؤدي الى نتائج سلبية،

“According to the theory, satisfaction of basic psychological needs constitutes the central psychological process through which intrinsic motivation the integrative tendency and intrinsic goal pursuits are facilitated resulting in well-being and optimal development” (Deci & Vansteenkiste, 2004, p: 26)

أكثر من ذلك، يقترح الباحثون ضمن نظرية التقرير الذاتي بأن الاحتياجات النفسية الأساسية هي عامليّة ذلك لأنها تحمل دلالة بين كل الثقافات، فبغض النظر عن القيم المحيطة، فإن اشباع الحاجات الأساسية يجب أن يتماشى مع مستوى أكبر من السلامة والعافية وهو ما يحتاجه كل البشر باختلاف خلفياتهم.

توصّلت الأبحاث ضمن نظرية التقرير الذاتي (Deci & Ryan, 1985; 2000; Deci & Vansteenkiste, 2004) ولمدة (35) سنة الأخيرة لتحديد (3) ثلاثة حاجات نفسية أساسية هي: الكفاية competence، الاستقلالية autonomy والارتباط (الانتماء الاجتماعي) relatedness (Ibid, 2004, p: 25) بحيث يمثل كل منها أساس وقاعدة مميزة لتحقيق العافية النفسية:

● **الحاجة للكفاية:** وتشير لتجربة التفاعل الفعال مع المحيط، بحيث يخوض الأفراد في العالم وهم يتطلعون لترويضه، ويمكن أن تتدعم الكفاية وتتعزز عن طريق ظروف المحيط التي توفر للأفراد فرصا لاختبار وتوسيع قدراتهم. [لا بد من تفادي الخلط بين الكفاءة (الفاعلية) efficiency و الكفاية competence].

● **الحاجة للاستقلالية:** وتشير لتجربة ان الفرد يملك سلوكه، وأقدم عليه نتيجة لاختياره، كما أنه يعكس تأييده الشخصي للفعل الذي يقوم به، فالاستقلالية تستلزم احساس وتصور الفرد بأن سلوكه ينبع عن ذاته وان تصرفاته تنسجم مع مصالحه واهتماماته الثابتة، بالإضافة لقيمه ومعتقداته.

● **الحاجة للارتباط (الانتماء):** وتشير لتجربة القرب والعلاقات العميقة مع أفراد مهمين آخرين، وترتبط بالاستعداد والرغبة في الثقة في الآخرين والاعتماد عليهم، وذلك انطلاقا من أن غالبية الأنشطة تتطلب مشاركة الآخرين وهي بذلك ضد الانعزالية Isolation أو Disconnection.

ويضيف Schüler بهذا الصدد:

« *Lorsque les besoins d'autonomie et de compétences sont comblés, l'individu a le sentiment d'être à l'origine de ses comportements et d'interagir efficacement avec son environnement. Cela favorise son développement personnel et génère des sentiments positifs ainsi qu'un bien être psychologique. En ce qui concerne le besoin d'appartenance sociale, il implique que pour adhérer à un groupe l'individu doit en adopter les standards, les attentes ou les aspirations* »

(Grivel, 2010, p : 10)

كما يشير (Ryan et Deci (2000) الى أن اشباع الحاجات الثلاثة المذكورة أعلاه أساسية للحفاظ على الدوافع الداخلية (الجوهرية) وتحفيز الطموحات والأهداف، كما تعمل على تسهيل ادماج الدوافع الخارجية، بالإضافة لذلك، بينت نتائج الدراسات أهمية الحاجات النفسية الأساسية من أجل الصحة البدنية والعقلية/النفسية عبر فترات الحياة، من الطفولة المبكرة (Deci, Driver, Hotchkiss, Robbins, & Wilson, 1993) الى فترة المراهقة (Niemic et al., 2006) وصولاً الى المراحل المتقدمة من العمر (V. Kasser & Ryan, 1999)، ويجادل الباحثون بأن السعادة النفسية ضمن نظرية التقرير الذاتي لا تعني ببساطة مساواتها مع وجود نتائج ايجابية فقط، وإنما هي تعكس احساس عميق بالنشاط والعافية الداخلية التي تميز أداء الفرد، ووفقاً لذلك فإن:

“*Satisfaction of the needs for autonomy, competence, and relatedness should contribute to people's lasting well-being and to the prevention of impoverished functioning and ill-being*”

(Deci & Vansteenkiste, 2004, p: 33)

وفي إطار جهودهم للتوصل للاحتياجات الانسانية الممكن تصورهما كأساسية من بين الكم الهائل من التعريفات والتصنيفات التي قدمتها المقاربات البحثية المختلفة، اقترح كل من (Baumeister and Leary (1995) بعد

تطبيقهم لمعايير محددة كالعالمية universality، عدم الاشتقاقية nonderivativeness، الاكتفاء satiation، الابدال substitution وتوصلا نتيجة لتحليلاتهما (Gollwitzer, 2001, p: 10110) الى أن هناك ثلاثة حاجات أساسية يبحث البشر عن ارضائها:

- **الحاجة للانتماء** need to belong: بمعنى انشاء والحفاظ على علاقات شخصية مستقرة وقوية مع الآخرين.
- **الحاجة للتمييز** distinguish oneself: تعبر عن رغبة الفرد في الاختلاف عن الآخرين، بحيث يبحث عن التنافس حتى مع اقرب الناس اليه اذا تعلق الامر بمواضيع شخصية ذات أهمية عالية.
- **الحاجة لتقدير عالي الذات** high self-esteem: وتمثل اقصى وأبعد دافع انساني يحركه للقيام بأفعال ونشاطات مختلفة في حياته اليومية.

ويجادل الباحثون في اطار نظرية المحتوى الهدف Goal Content Theory والتي تمثل نظرية تحتية ضمن نظرية التقرير الذاتي بأن بعض الأهداف مثل المادية materialism وأهداف خارجية أخرى كالشهرة والصورة image لا تميل لإرضاء الحاجات حتى وان نجح الفرد في تحقيقها، وبالتالي لا تعزز الرفاهية والسعادة (Kasser & Ryan, 2009; Niemiec, 1996) في المقابل، بعض الأهداف التي تنبع من داخل الفرد كالعلاقات الحميمة، نمو الشخصية أو مساهمة الفرد وانخراطه في المجتمع تفضي كلها الى ارضاء الاحتياجات، وبالتالي تعمل على تسهيل الصحة والعافية النفسية. (Ryan, 2009, p: 2)

❖ يتفق الباحثون على وجود العديد من العوامل التي تجعل الفرد يقوم بفعل معين، ذلك بالإضافة للخبرات والنتائج المتنوعة، وكما رأينا من خلال ما سبق، قد يقبل الأفراد على فعل معين اما انطلاقا من دوافع داخلية شخصية تجعلهم يعطون قيمة معينة للنشاط، واما نتيجة الخضوع لقوى وضغوطات خارجية، فهذين التقسيمين يعطيان لمحة عن الدوافع التي يمكن ان يعايشها الفرد في مجالات حياته المتنوعة، لكنها تبقى كذلك واسعة وتحتاج الى المزيد من البحث والتفصيل، ونحن في سياق بحثنا هذا، ونتيجة لتعمقنا في الموضوع أكثر، وجدنا أن نظرية الاستخدامات والاشباع Uses and Gratifications (U&G) اهتمت بموضوع الدوافع باعتباره مفهوما يتموقع ضمن مفاهيم أخرى ضمن العملية الاتصالية، وتوصلت نتيجة تراكم من الدراسات الامبريقية لإعداد

أدوات بحثية ومقاييس تبين وتفصل في الدوافع المتنوعة التي تجعل الأفراد يتصلون باستخدام التكنولوجيات على تنوعها، انطلاقاً من الإذاعة وصولاً للإنترنت ومواقعها التفاعلية، وهذه إحدى نقاط قوة النظرية التي يبدو أنها لا تزال تحافظ على موقعها ضمن حقل علوم الإعلام والاتصال، لذلك، سنقوم فيما يأتي بالتعرض لنظرية الاستخدامات والاشباع (U&G).

نظرية الاستخدامات و الاشباعات

Uses and Gratifications

نظرية الاستخدامات والاشباع:

تعتبر نظرية "الاستخدامات والاشباع" Uses and Gratifications، تقليداً مهماً من بين تقاليد الدراسات الإعلامية المهمة بدراسات وسائل الاعلام وجمهورها، عُرف بداية من أربعينات القرن الماضي وتبناه العديد من الباحثين في دراساتهم وأبحاثهم. ويعود الفضل لهذه النظرية في نقل الاهتمام البحثي إلى الجمهور أو المتلقي الذي يستخدم الوسائل وينتقي المحتويات التي يتلقاها لتلبية حاجات معينة لديه، أين تم طرح السؤال الشهير الذي غير مجرى الابحاث؛ ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام؟.

سنحاول من خلال الخطوات القادمة أن نتطرق لمختلف مراحل تطور النظرية، اين سنعمل على مسح الدراسات مراعين التطور الزمني الذي عرفته، لكن أكثر من ذلك، سنركز على تطور الانشغالات البحثية التي عرفتها النظرية، وكيف طورت نفسها مفاهيمياً وأداتياً بإدراك حدودها، بمعنى آخر، نظرياً ومنهجياً، مع التأكيد على الدراسات التي تناولت الانترنت ومواقعها التفاعلية.

1- بدايات بحوث الاستخدامات والاشباع: وصفية وظيفية :

تحاول بحوث الاستخدامات والاشباع شرح الطريقة التي يستخدم من خلالها الأفراد وسائل الاعلام وكيف يلبون ويشبعون حاجاتهم ورغباتهم من وراء هذا الاستخدام؟، وهذا في قطيعة مع بحوث التأثير القوي التي تنظر للفرد كمتلقي سلمي عاجز أما وسائل الاعلام ومحتوياتها، بحيث ساهم كل من Herzog و Blumer و Katz في تحدي ودحض falsify مفهوم الرصاصة السحرية ضمن دراسات التأثير وقد عبر James Curran عن القفزة التي أحدثتها نظرية الاستخدامات والاشباع بإعطائها مفهوم الجمهور النشط بقوله:

« *L'école des usages et gratifications ne permettait plus de parler des effets d'un message sur un public de masse homogène dont les membres seraient touchés de la même manière* »

(Curran, 1992, p : 10).

يشير Swanson أن نظرية الاستخدامات والاشباع Uses and Gratifications تركز وتأخذ دوافع Motivations الافراد كنقطة انطلاق لفهم التعرض لوسائل الاعلام والاتصال وتأثيراتها، وتقتصر النظرية ان المستخدمين يتعمدون وينتقون بنشاط وسائل الاعلام ومحتوياتها، بحيث قام كل من Katz و Blumer بتوسيع فكرة Herzog حول receiver-driven approach لفهم الاستخدام، بحيث تفترض النظرية (Shramm, Lyle and Parker 1961) بأن كل فرد من افراد الجمهور المتميزين يحمل أسباب خاصة لاختيار التفاعل مع مختلف الوسائط.

كما أكد Klapper وجادل بأن هناك عوامل عديدة تتوسط العلاقة بين رسائل (محتويات) الوسائط واستجابة الافراد لها:

“Uses and Gratifications, originally developed and employed by communications researchers to understand people’s motivations for using different media...This research assumes that individuals seek out media in a goal-directed fashion to fulfill a core set of motivations” (Hans, 2009, p: 716)

تتم النظرية بفهم الكيفية التي يستخدم من خلالها الجماهير مختلف الوسائط الاعلامية والاتصالية لاشباع حاجاتهم المختلفة، وذلك من اجل شرح العوامل التي تدفع الافراد لاستخدام الوسائط ومحتوياتها وأيضا لتحديد نتائج الاستخدام. بصفة عامة، يجاج الباحثون بأنه من أجل شرح تأثير وسائل الاعلام والوسائط الاتصالية، لابد أولا من فهم: خصائص characteristics دوافع motivations انتقائية selectivity ومشاركة involvement (تورط) الجمهور في علاقتهم بالوسائط، لأن هذه الخصائص المذكورة يمكن أن تتوسط أو تعدل mediate or moderate تأثيرات الوسيلة. (Laszlo, 2013, p: 30)

ترتكز النظرية على مجموعة افتراضات أساسية مرتبطة باستخدام وسائل الاعلام:

“Media use is motivated, goal-directed, and purposive behaviour; people freely select media sources that best fulfill or satisfy their needs; media use is led by individuals differences, and social and psychological factors; beside media use, people also have other alternatives to gratify their needs; in the process of media use people are often more influential than the media”

(Ibid, p: 31)

يشير Rosengren أنه اذا كان أفراد الجمهور قادرين على الاختيار بين مختلف وسائل الاعلام والبدائل الاخرى انطلاقاً من احتياجاتهم، فإنهم حتماً يملكون تصورات Perceptions حول البدائل الأكثر قدرة والأكثر احتمالية على تلبية تلك الاحتياجات، وأشار الباحث ان نقطة قوة النظرية تكمن في مرونتها وقوتها الوصفية. (Rosengren, 1985, p: 22)

مرت هذه النظرية بثلاث مراحل في تطورها، حددت المرحلة الاولى، بدءاً من أربعينات القرن الماضي والتي هدفت لاكتشاف دوافع وأنماط اختيار الجماهير لوسائل الاعلام الجماهيرية، من بين البحوث الرائدة في هذه المرحلة دراسة Cantril and Allport حول جمهور الراديو (Cantril and, 1935, p : 20).

من الدراسات المرجعية كذلك، دراستي Herzog (1940-1944) حول مسألة إشباع الرغبات التي كان يتحصل عليها جمهور برامج الألعاب الاذاعية (quiz) ومن بين نتائجها أن الجمهور يقبل على هذا النوع من البرامج لتحقيق عدة إشباعات هي التنافس، التربية، التقييم الذاتي، أضافت إليها إشباعات أخرى بعد دراستها الثانية وهي التنفيس العاطفي، الإستغراق في أحلام اليقظة، السلوك الاجتماعي اللائق.

نذكر كذلك دراسة (Suchman 1942) على دوافع الاستماع للموسيقى الجادة، ثم دراسة Wolf and Fisk (1949) حول سلسلة الرسوم المتحركة الخاصة بالأطفال، كان الغرض من دراستهم الحصول على بعض الانطباعات حول دوافع وآثار قراءة الكتب الهزلية لدى مختلف المجموعات في علاقته بسلوكياتهم العامة، اهتماماتهم وكذلك مواقفهم. وصف كل من Worf and Fisk المنهجية التي اتبعوها على النحو الآتي:

“Each child was interviewed for more than an hour, during which time he was asked various questions concerning his comic reading habits, background, and social adjustment. In addition, his behavior was observed while he read a Superman story and was subjected to certain deliberate distractions. Interviewers were provided with an “interview guide” but were instructed to allow the children to talk on more or less at will as long as the discussion remained relevant to reading comics.”

(Wolf and Fiske, 1949, p: 4)

توصل الباحثون لثلاثة وظائف أساسية تحققها الرسوم المتحركة للأطفال هي: الحيوان المضحك funny animal" يختبر الطفل من خلالها ذوات عديدة يسقطها من خلال الشخصوس والحيوانات الكرتونية التي يرى نفسه فيها، الوظيفة الثانية هي البطل الخارق "invincible hero" وتتعلق بتحسين الأنا، أما الوظيفة الثالثة فهي Readers Digest تتيح للأطفال جمع الحقائق في سبيل بنية حقائقهم الاجتماعية.

دراسة أخرى مهمة ومرجعية قام بها Bernard Berelson (1949) حول مجموعة من الجرائد في مدينة New York والتي دخلت في اضراب وحرمت جمهورها من قراءة جرائدهم المفضلة لمدة أسبوعين. تمت الدراسة بهدف معرفة ردة فعل الجمهور، ووصف Berelson المنهجية التي اتبعها على النحو الآتي:

“The bureau conducted a small number (60) of intensive interview. The sample stratified by rental areas in Manhattan, provided a good distribution by economic status although it was high in education...The bureau’s interviews were designed to supply so-called qualitative data on the role of the newspaper for its readers, as that became evident at such a time. The results are not offered as scientific proof, But rather as a set of useful hypothesis” (Berelson, 1949, p: 113)

حدد الباحث خمس وظائف تحققها الجرائد لجمهورها، الوظيفة الأولى تتمثل في كونها أداة لجمع المعلومات وتأويل القضايا العامة، أما الوظيفة الثانية تتمثل في اعتبار الجريدة أداة للحياة اليومية الثالثة تتمثل في وظيفة الهروبية، الرابعة هي استخدام الجريدة من أجل المكانة الاجتماعية، الوظيفة الخامسة هي الاتصال الاجتماعي.

أضاف الباحث أنا الجريدة تمثل وقاية safeguard تعطي المجهين ضمانا يمكنهم من مواجهة الشعور بانعدام الأمن أو "عدم معرفة ما يجري" أو "الاحساس بالضياع" الذي تكّرس بعد توقف الجرائد عن الصدور، وقد عبر الباحثين عن تلك الحالة بالعبارات الآتية، والتي نشير أنها توظف في تحقيقات لاحقة في أشكال مقاييس Scales (Ibid., 1949, p : 125) من المثير للاهتمام معرفة أنها تمتد حتى لدراسة الوسائط الاتصالية الجديدة مثل "الفايسبوك":

- أنا مثل السمكة خارج الماء...أنا متوتر وضائع. أنا أخجل من الاعتراف بذلك.
- أشعر بالضياع لحد بعيد...أحب الشعور بأني متصل مع العالم ككل.
- ان لم اعرف ما يحدث في الجوار، فإن ذلك يؤلمني. انها مثل ان تكون في السجن دون صحيفة.
- تشعر كأنك مطرود ومعزول عن بقية العالم.
- عمليا، هي تعني العزلة. نحن في حيرة دون صحفنا.

يجادل كل من **Katz** و **Blumler** و **Gurevitch** أن ما يجمع هذه الدراسات هو اعتمادها على المقاربة الكيفية **qualitative approach** وذلك عن طريق تجميع التصريحات في فئات، وليس التعامل مع تواترها ضمن المجتمع المبحوث، كما أن الباحثين لم يهدفوا لكشف العلاقات بين الاشباعات المتوصل اليها والأصول النفسية أو الاجتماعية للاحتياجات المشبعة (**Katz et al, 1973, p : 509**)، بحيث يؤكد الباحثين في هذا الصدد إلى أن بدايات بحوث الاستخدامات والاشباعات كانت وصفية تبحث عن تصنيف استجابات أفراد الجمهور في فئات ذات معنى، أين ركزت الدراسات على حصر الأنشطة التي تمارسها وسائل الاعلام والوظائف التي تقدمها. لكن مع ذلك، لا يمكن اغفال أهمية هذه الدراسات التي نقلت الاهتمام للمتلقى واستخدامه للرسائل، وقد انطلقت المرحلة الثانية لمقترب الاستخدامات والاشباعات في خمسينات وستينات القرن الماضي أين حدد الباحثون واختبروا العديد من المتغيرات الاجتماعية والنفسية، التي تم افتراضها لتكون سوابق وسلائف لمختلف الأنماط الاشباعية (**Ruggiero, 2000, p : 3**). بحيث أفاد كل من **Friedson (1953)** و **Johnstone (1961)** في أعمالهم المنفصلة بأن قوة الارتباط النسبي بالآباء والأقران يمكن أن يؤثر في الأنماط المختلفة لتفضيلات وسائل الاعلام.

وفقا لذلك، توصل كل من **Schramm Parker and Lyle** سنة 1961 إلى أن استخدامات الأطفال للتلفزيون تأثرت بقدراتهم الذهنية وعلاقاتهم بأوليائهم وجماعات أقرانهم، بحيث قارب هؤلاء الباحثين موضوع المشاهدة التلفزيونية بشكل مختلف، أين اعتبروا مفهوم التأثير **effects** مضلل وخادع ورفضوا نتيجة لذلك الطرح المفضل- في تلك الفترة- الذي يصور الأطفال كضحايا عاجزين أمام هجومات التلفزيون، ودافعا عوضا عن ذلك على فكرة أخرى ميزت بداية الدفاع عن قدرات الجمهور، وهو ما أشار اليه **Totu**:

“As great and shiny cafeteria from which children select what they want at the moment...A child comes to television seeking to satisfy some needs. He finds something there, and uses it”

(Totu, 1996, p: 166)

يرى الباحثون أن هذه الدراسة عرفت تقديم مفهوم الاستخدامات والاشباعات Uses and Gratifications لأول مرة، والتي عملت على تغيير النظرة للتلفزيون من اعتباره فاعل Actor الى النظر للموضوع من زوايا أخرى مختلفة، أهمها التركيز أكثر على الأفراد وقدرتهم على الاختيار، واعتبار أنهم يعرضون أنفسهم فقط على المعلومات التي يقدرون أنها جديرة بالاهتمام.

أكد **Klapper**، على أهمية تحليل عواقب الاستخدام بدلاً من وصف الاستخدام، كما فعلت البحوث الأولى وقد عكست الدراسات في هذه المرحلة، نقلة من نموذج التأثير التقليدي لوسائل الاعلام إلى منظور وظيفي بحيث دعى **Klapper** في هذا الصدد إلى ضرورة التحليل الوظيفي لبحوث الاستخدامات والاشباعات والتي من خلالها يسترجع أفراد الجمهور مكانتهم الحقيقية ضمن الديناميكية بدل إبقائهم في السلبية بحيث عبر؛

« Called for more functional analysis of uses and gratifications studies that would restore the audience member to his rightful place in the dynamic rather than leaving him in the passive » (Klapper, 1963, p : 516).

2- تفعيل الطروحات: الاتجاه نحو التصنيف وقياس المتغيرات النفسية والاجتماعية:

رُكزت بحوث الاستخدامات والاشباعات إلى غاية السبعينات (المرحلة الثالثة للنظرية) على تحديد الاشباعات فقط مهمة بذلك نتائجها أو الاشباعات المتحصل عليها فعلاً وراء استخدام وسيلة معينة، لذلك سنحاول من خلال هذا الجزء التعرض لبعض الدراسات المهمة التي حاولت تحقيق ذلك، مركزين على المنهجية التي اتبعتها.

درس الباحثون باهتمام خلال السبعينات دوافع الجمهور، بحيث طوروا أنماط إضافية لاستخدامات الأفراد لوسائل الاعلام لتحقيق وإشباع حاجات نفسية واجتماعية، وكان ضمن تطورات النظرية الاعتراف بأن مختلف الحالات الإدراكية والوجدانية تسهل استخدام وسائل الاعلام لأغراض عديدة، واقترح Blumer (1975) بأن

الدافع المعرفي سهل كسب المعلومات، وأن دافع التحويل أو الهروبية سهل تصورات الجمهور الاجتماعية لدقة التمثيلات الاجتماعية في برامج الترفيه. (Ruggiero, 2000, p : 11).

قام McQuail و Blumler و Brown بدراسة في بريطانيا سنة 1972 لفحص 6 برامج مختلفة، تمثل الشكل الأساسي للدراسة في قائمة تصريحات/ افادات مرتبطة بالاشباع المتحصل عليها من كل برنامج يجري دراسته، قدمت القائمة للمبحوثين وطلب منهم اختيار البنود التي تتلاءم مع مشاهدتهم وبأي درجة، وصف الباحثون المنهجية المتبعة في تحليل نتائج دراستهم على النحو الآتي:

“These results were then subjected of item-by-item intercorrelation, and the whole matrix of correlations was further examined...to reveal the underlying structure of response. For each programme or type, a set of clusters emerged, grouping together those kinds of audience gratification that were empirically associated. It is these data which constitute the basis of the typology set out below”

(McQuail et al, 1972, p: 146)

وتمركزت المجموعات في احدى التصنيفات الموضحة في الجدول الآتي:

McQuail et al Typology of uses and gratifications (1972)
المراقبة Surveillance
الهوية الشخصية Personal Identity
العلاقات الشخصية Personal Relationships
التحويل Diversion

McQuail et al. uses and gratifications typology

أشار McQuail وزملائه لحدود دراستهم خاصة فيما يتعلق بالتصنيف المذكور أعلاه، من حيث أنها اعتمدت على عينات صغيرة من المجيبين وبرامج محددة، وهو ما يتطلب المزيد من العمل لاشتقاق تصنيفات فرعية أخرى والاهتمام أكثر بوضع الحدود بينها. يمكن لمتتبع طريقة إنجاز هذه الدراسة، ملاحظة أنها تختلف عن سابقاتها من حيث تعقد منهجيتها، فالتحليل العنقودي cluster analysis هو الأقدر على تحديد تدرج الاشباعات أكثر من النسب المئوية، كما يمكن ملاحظة ان اجابات المستجوبين متسلسلة ولا تعتمد على الاسئلة المفتوحة، وهو ما يسهل تكميمها وقياسها ومعالجتها احصائيا.

اقترح كل من Blumler and Katz خمسة استخدامات أساسية كبرى (Martha, 2009, p: 113) يبحث الجمهور عن اشباعها وارضاها من وراء استخدامهم لنصوص وسائل الاعلام، وتشمل الترفيه، بدأ التفاعل الاجتماعي، المساعدة في تشكيل الهوية، وكذلك من أجل الاعلام والاستتارة، وأخيرا لتوفير وسائل للهروب العقلي.

Uses and Gratifications (Blumler and Katz, 1974) perspective of media effects
As Entertainment ترفيهه
To initiate social interaction بدأ التفاعل الاجتماعي
To assist in the formation of identity المساعدة في تشكيل الهوية
To become educated and informed التعلم والحصول على المعلومات
To provide a means of mental escape توفير وسائل للهروب الذهني

Blumler and Katz's uses and gratifications perspective of media effects presented this typology

كذلك، قام كل من Katz;Gurevitch ; Hass (1973) بدراسة مهمة من المفيد التوقف عندها، هدفت الدراسة اكتشاف احتياجات الجمهور ومختلف الوسائل الاعلامية المستخدمة لإشباعها، أنجزت الدراسة على عينة ممثلة تشمل 1.500 بالغ، يشرح الباحثون المنهجية المتبعة على النحو الآتي:

"قمنا بتجميع مجموعة من الاحتياجات الاجتماعية والنفسية الممكنة تحقيقها وراء التعرض لوسائل الاعلام، أخذت هذه القائمة من الأدبيات، وأضفنا اليها مجموعة بنود اخرى مستخلصة من رؤانا للوظائف التي يمكن ان تقدمها وسائل الاعلام. قمنا بعد ذلك باختبار القائمة *pilot-tested* وقلصناها الى 35 تصريح باحتياج"

(Katz et al, 1973, p : 165).

توصل كل من **Katz and Gurevitch and Haas** لتصنيف يوضح الاحتياجات التي يبحث عن إشباعها الأفراد من وراء استخدامهم لوسائل الاعلام، والتي يرى الباحثين أنها تنطبق كذلك على مستخدمي الانترنت وهي على النحو التالي (Jaeho, 2003, p : 4) :

- 1- احتياجات معرفية (Cognitive Needs): تكمن في بحث الأفراد عن المعلومات، والعلم وفهم محيطهم.
- 2- احتياجات عاطفية (Affective Needs): تكمن في الإحتياجات الجمالية والبحث عن المتعة والخبرات الثقافية.
- 3- احتياجات ادماجية شخصية (Personal Integrative Needs): وتكمن في بحث الأفراد وحاجتهم للمصداقية والثقة بالنفس والاستقرار والمكانة الإجتماعية.
- 4- احتياجات ادماجية اجتماعية (Social Integrative Needs): وتكمن في الحاجة للتواصل مع العائلة والأصدقاء والعالم.
- 5- احتياجات الهروبية (Escapist Needs): وهي تكمن في بحث الأفراد عن الهروب والتحويل والتخفيف من حدّة التوتر.

تؤكد نتائج هذه الدراسة-رغم عدم خوضنا في تفاصيلها-على نشاط الجمهور في تحديد الوسيلة التي تشبع حاجة معينة، ومن المفيد الإشارة الى ان وسائل الاعلام تتعايش وتتواجد **co-existing** مع الأنماط التقليدية غير الاعلامية **non-media** القادرة على تلبية الاحتياجات، ففي بعض الحالات، تكون تلك الأشكال القديمة (السابقة في الوجود) أكثر شعبية من وسائل الاعلام الجماهيرية.

على مستوى آخر، قام (1975) Jeffers بتبني منهجية مفاهيمية **new methodological conceptualisation** جديدة لتحديد وظائف استخدام وسائل الاعلام، بحيث قسّم أهداف التوجه لها الى ثلاثة أهداف أساسية على النحو الآتي: (Nnmidi, 1995, p : 97)

- **هدف البحث عن الوسيلة Media-seeking goal**: تشير للحالة التي ينجذب فيها الأفراد نحو الوسيلة فقط، بغض النظر عن المحتوى، الاحتياجات أو أي سبب آخر.
- **هدف البحث عن المحتوى Content-seeking goal**: تشير للحالة التي ينجذب فيها الأفراد نحو الوسيلة لتأثرهم بمحتويات معينة.
- **دون بحث Non-seeking**: تشير للحالة التي لا يقوم فيها الأفراد بأي محاولة متعمدة لاستهلاك وسائل الإعلام، بحيث ان كل ما يتلقاه يدفع اليه من خلال العلاقات والتفاعلات اليومية.

توصل الباحث أن مشاهدة التلفزيون شكلت ثلاثة أرباع المحتويات المبحوث عنها، في حين أن قراءة الصحف حفزها البحث عن الوسيلة (بمعنى البحث عن قراءة الصحيفة فقط)، علاوة على ذلك، توصل الباحث الى أن أكبر نسبة من الشباب يعرضون أنفسهم على وسائل الاعلام من أجل البحث عن الوسيلة **media-seeking**، في حين أن كبار السن يميلون الى الاهتمام والبحث عن المحتويات **content-seeking**.

في سبيل التعرف على العوامل التي تؤثر في استخدام الأفراد لوسائل الاعلام وانتقاء المحتويات، توصل الدارسون الى أن الوضع الاجتماعي الاقتصادي **socio-economic status** يتدخل في عملية الاستخدام وعدم الاستخدام، وأوعزوا ذلك لغياب الموارد والمهارات المعرفية والإدراكية المرتبطة بانخفاض التعليم ومؤشرات أخرى، عكس ذلك، جادل Chaffe and Choe بأن العوامل المهيكلية التقليدية أصبحت غير ملائمة لتفسير علاقة الأفراد بالوسائل

الاعلامية، واقترحا نتيجة لتحليلاتهم ثلاثة عوامل "ديناميكية" تحدد استخدام وعدم استخدام وسائل الاعلام سواء كانت منفردة أو مجتمعة وهي (Ibid., p : 102):

- **العوامل المهيكلة التقليدية:** وهي التي تنشأ من موقع الفرد ضمن البنية الاجتماعية، والتي تكون عموما خارجة عن ارادته، مثل الدخل، السن، والتعليم.
- **العوامل الانتقالية:** وهي التي تنشأ من التغييرات التي تحصل في دورة حياة الفرد، كالحالة الاجتماعية، الوضعية الابوية، السكن... الخ، فالذين لم تتأثر أنماط استخدامهم بالتغيرات المهيكلة قد تتأثر بالتغيرات الانتقالية.
- **العوامل التي تفرضها الذات:** وهي العوامل التي تتمركز في شخصية الفرد، خصوصا المرتبطة باهتماماته أو عدم اهتماماته بما تقدمه وسائل الاعلام.

قام كل من (Bryant and Zillmann, 1984) بدراسة لمعرفة إذا كان "مزاج الفرد" يؤثر في عملية انتقائه لبرامج التلفزيون، وتوجه الدارسون للتحقيق في اختيار الطلبة لمجموعة من البرامج "المثيرة" و "الجبالية للإسترخاء"، وهدفوا لمعرفة المرحلة التي تسبق اختيار أفراد العينة للعرض، بمعنى آخر، هل كانوا هادفين يتعمدون المشاهدة لأنهم يشعرون بالقلق أو لأنهم يشعرون بالملل.

وخلص الباحثون الى ان نتائج الدراسة تؤكد وتدعم مقترحات وطروحات "التعرض الانتقائي" وأن المبحوثين يقومون "باختيارات ذكية" للبرامج، وذلك عند استخدامهم وتعرضهم للتلفزيون كوسيلة للتخفيف من حدة الملل والقلق. (Bryant, 1984, p : 20)

على نفس الخط، جادل (Levy, 1987) وأكد على مفهوم "الجمهور النشط" من خلال نتائج دراسته التي قام بها حول الفيديو VCR والذي بين مستخدموه مستويات عالية من النشاط. قدم الباحث استبيانات لمالكي الجهاز يقيس من خلالها تسعة (9) أنماط من النشاط. ارتكزت أداة القياس على التصنيف الذي وضعه Levy-Windhal حول الجمهور النشط التي تم اختباره من قبل في دراسة "television news viewers". يقيس التصنيف تسعة أنماط من النشاط هي: (Levy, 1987, p : 15)

- الانتقائية selectivity، قبل التعرض، أثناء التعرض، وبعد التعرض.
- التورط (المشاركة) involvement، قبل التعرض، أثناء التعرض، وبعد التعرض.
- الفائدة (المنفعة) utility، قبل التعرض، أثناء التعرض، بعد التعرض.

في السياق نفسه، وفي اطار الدراسات المؤكدة على قدرة الجمهور على الإنتقاء، قامت Elizabeth Perse بدراسة حول "Sensation Seeking and the Use of Television for Arousal" حاولت من خلالها التعرف على قدرة الافراد الموسومين بالباحثين عن "الاثارة" Sensation Seekers في التأثير على عملية مشاهدتهم للتلفزيون لتصبح انتقائية، بحيث يهدف هؤلاء الأفراد "الباحثين عن الاثارة" ويفضلون البحث عن الخبرات والتجارب الجديدة والمتنوعة والمحقة مع مستوى عالي من الاثارة arousal. دون الخوض في تفاصيل الدراسة، نورد فيما يلي المفاهيم –المتغيرات- التي اعتمدت عليها الدراسة وأدوات قياسها: (Perse, 1996, p : 40-42)

• **البحث عن الاثارة Sensation Seeking**: تم قياس المفهوم من خلال 40 بند ضمن مقياس البنود على مقياس ليكارت. (Zuckerman, 1979) Sensation Seeking Scale بحيث يعبر الباحثين عن درجة موافقتهم على

• **التعرض للتلفزيون Television Exposure**: يقدر الباحثين حجم مشاهدتهم للتلفاز "أمس" Yesterday و"عادة" usually، يتم بعد ذلك الربط بين القياسين للتوصل لمتوسط تقدير معدل التعرض للتلفزيون.

• **نوعية البرامج المفضلة Program genre preferences** : قدمت للمبحوثين قائمة من 15 برنامج ولتسهيل العملية، قدمت أمثلة عن البرامج حتى يستطيع المبحوثين التوقيع ويؤشرون على عدد المرات التي يشاهدون فيها برنامج معين وذلك باتباع مقياس ليكارت.

• **دوافع المشاهدة Viewing Motives**: يقارن المبحوثين دوافع مشاهدتهم مع 27 بند مستنبطة من دراسات سابقة (Rubin, 1984) والتي تقسم المشاهدة الى طقوسية وأدائية.

• **أنشطة متزامنة Concurrent Activities**: من أجل تقييم الخوض في الأنشطة المتزامنة مع مشاهدة التلفزيون، يقدر المبحوثين عدد المرات التي يخوضون فيها في ثمانية أنشطة مختلفة: القراءة، اعداد الطعام، الاكل، الاعمال المنزلية، الهوايات، رعاية الاطفال، المحادثة، الواجبات المنزلية.

- **تغيير القنوات Channel Changing**: يحدد المجهين الوقت الذي يغيرون فيه القناة: بين العروض، لما تأتي الاعلانات، أو في منتصف العرض حتى لو لم تعرض الاعلانات.
- **أسباب تغيير القناة Channel Changing Reasons**: من أجل تقييم أسباب تغيير القناة، يؤشر المبحوثين على 5 أسباب تؤدي الى تغيير القناة قد تتطابق مع اسبابهم الشخصية.

تؤكد نتائج الدراسة على ان المشاهدين يبدون نشاطا في تعاملهم مع التلفزيون، وأنهم يخوضون في سلوكيات تسمح لهم بالشعور بأنهم يتحكمون في محيطهم، كما تدل النتائج على أن "البحث عن الاثارة" يرتبط فعلا بالسلوك الانتقائي لوسائل الاعلام، و تشكل الدراسة ومنهجيتها خاصة دعم لفكرة الدمج بين نظريات الاثارة arousal theories ونظرية الاستخدامات والاشباع U&G وذلك من أجل فهم أحسن لملائمة محتويات اعلامية معينة لأفراد مختلفين.

3- مفهوم الجمهور النشط: Audience Activity

ينتهي المتأمل لما تعرضنا له في الأجزاء السابقة لتطور نظرية الاستخدامات والاشباع ملاحظة التأكيد المتصاعد على مفهوم "الجمهور النشط"، انطلاقا من لمس استقلالية الجمهور في تعامله مع الوسائل ومحتوياتها كأول مرحلة، الى التركيز على مفهوم "النشاط" كظاهرة يتحدى من خلالها أفراد الجمهور كل قوة يمكن أن تمارسها الوسيلة، لذلك، آثرنا عدم التطرق للمفهوم بشكل صريح فيما تعرضنا له من قبل وتركه لهذه المرحلة، ندخل من خلاله لدراسة استخدامات الانترنت ومواقعها التفاعلية، والتي عرفت نتيجة لذلك التصور تغييب كلي لموضوع التأثير لصالح نظرة أخرى تحتفي وتبالغ في تقدير قوة الجمهور وترى أنه حصين وغير قابل للتأثير، وتساءل بعض الباحثين أنه كيف لمفهوم بالغ الأهمية "كالنشاط" أن يُستبعد عن دائرة النقاش ولا يُعرض للتدقيق، واكتسى نوع من الحصانة توحى بأنه "غير قابل للدحض"، هذا ما سنتعرض له بنوع من الاختصار في حدود هذا الجزء.

شدد Windhal سنة 1981 في كتابه « Uses and Gratifications at the Crossroads » على الاختلافات الأولية بين مقترب التأثير التقليدي ونظرية الاستخدامات، هو أن باحثي تأثير وسائل الإعلام عادة ما يفحصون الاتصال الجماهيري من منطلق القائم بالاتصال، في حين أن باحثي الاستخدامات والاشباع يستخدمون الجمهور كنقطة انطلاق في بحوثهم. عرفت نظرية الاستخدامات والاشباع تطورا ملحوظا مميّزه "النمو النظري القوي والحيوي" الذي تم من خلاله تغطية بعض الثغرات المفاهيمية والامبريقية التي عرفتتها النظرية من قبل (Palmgreen 1984) وساعد في تجاوزها انتقادات وتدقيقات مجموعة من الباحثين، وكذلك مساهماتهم المثمرة خاصة في مرحلة الثمانينات.

تدافع احدى المنطلقات الكبرى للنظرية على فكرة "أن أفراد الجمهور يشكّلون خبراتهم الشخصية مع الوسائل الاعلامية والاتصالية"، ويمثل مفهوم "نشاط الجمهور" Audience Activity متغير أساسي في فهم تأثير وسائل الاعلام، ويعني "انخراط وتورط involvement الجمهور المعرفي cognitive والوجداني والسلوكي مع عملية استخدام وسائل الاعلام" (e.g., Biocca, 1987; Levy & Windhal, 1984; Rubin & Perse, 1987) ويتضمن كذلك فكرة أن استخدام التكنولوجيات تتحكم فيه وتوجهه أهداف، ارادة، وانتقائية المستخدم، ويقترح الدارسين أن أبحاث نشاط الجمهور Audience Activity Research تجعل دراسات استخدام وسائل الاعلام أكثر اكتمالا من خلال التركيز على عملية استخدام الوسيلة في علاقتها مع دوافع واشباعات الاستخدام في سياقات مختلفة، ويضيف مجموعة من الباحثين أن مفهوم "الجمهور النشط" يشكل أنموذج جديد مهم من ضمن أبحاث التأثير (Hawkins & Pingree 1982, 1986) فحتى لدى منتقدي نظرية الاستخدامات والاشباع، فإن المفهوم يشكل مكسب مهم يتموقع ضمن الافتراضات الكبرى التي تقوم عليها التقاليد البحثية في الاعلام والاتصال، والتي يجب أن نعترف بها ونحييها.

تشير الدراسات والمراجعات التي تعرضت لمفهوم "الجمهور النشط" الى اسهامات Bauer Raymond الذي أشار لأول مرة لاستقلالية الجمهور، وشجب هيمنة أتباع Skinner وترويجهم وجلبهم للطرح "البافلوفي" نحو البيوت من خلال وسائل الاعلام وعلى رأسها التلفزيون، بحيث استند طرحهم على الموقف الحتمي الراديكالي لصاحبه Skinner بخصوص الاعتماد على المفاهيم والتفسيرات العقلية للسلوك الانساني، التي يرى أنها تضلل وتشتت انتباه الباحثين عن الأسباب الحقيقية، ولخص موقفه على النحو الآتي:

“In Skinner’s view, there is no place in scientific psychology for an assumption that human behaviour is governed by ‘individual choice’, as that phrase is commonly used. He argued against traditional conceptualizations of persons as free agents who decide their own fates” (Nye, 1999, p: 50)

وساهم Bauer وغيره من الباحثين في تحدي هذا الطرح الحتمي، وعملوا على نقل النموذج من المقاربات الادارية نحو ما يعرف بـ receiver-oriented research perspectives أو الدراسات التي تهتم وتسلط الضوء على المتلقي.

وبالرغم من انتباه واعتراف الباحثين بنشاط أفراد الجمهور في تعاملهم مع وسائل الاعلام، فإنهم يجادلون كذلك بأن مفهوم "النشاط" صعب التحديد، ويؤحي لعدد واسع من المعاني، فيرى (Blumler 1979) بأن أنشطة الجمهور audience activities يمكن أن يشمل:

“Audience activities can include making media use plans in advance (or having specific media use expectations), forwarding cognitive efforts (or attention) to the media fare under consumption and using media materials for reflection or discussion or incorporating them into other activities (e.g., purchasing or modeling behaviour) after exposure.”

(Lin, 1993, p: 225)

ففي سلوك استهلاك واستخدام وسائل الاعلام، يشير البعض أن مفهوم "النشاط" يسبق الاستخدام **preactivity** ويوجد أثناء الاستخدام **duractivity** وكذلك بعد الاستخدام **postactivity** (Blumler, 1979 ; Levy, 1983 ; Levy & Windhal, 1984) ، نتيجة لذلك، سنحاول فيما يأتي الوقوف على استخدامات

مفهوم النشاط في الدراسات التي تعرضت له، مرتكزين على التصنيف الذي قدمه (Biocca, 1987, p:53-54) ولحظناه بدورها على طول مراجعتنا للأدبيات، لكنه برع-ان صح التعبير- في حصر تناوله بشكل ملفت:

● نشاط الجمهور كانتقائية: مرتكزة على نظريات الانتباه، الإدراك، والاحتفاظ الانتقائي، يتم تصور نشاط الجمهور كعملية جزاء (مكافئة) funneling process لانتقاء الوسائل والبرامج والمحتويات، فأدبيات الاستخدامات والاشباع تستخدم مفهوم الانتقائية للدلالة على التعرض الانتقائي.

● نشاط الجمهور كمنفعة/فائدة: في امتداد لمفهوم الانتقائية، استخدم المنظرون هذا الجانب من المفهوم للتركيز على "فائدة" عملية الاختيار، بحيث يبحث أفراد الجمهور دائما عن منفعتهم الشخصية، فبعض النظر عن الانتقائية التي تشير لنوع من "السلوك الدفاعي" من طرف المستخدم، فان المنفعة تحيل لمستوى معين من "الاختيار العقلاني" في سبيل ارضاء مجموعة محددة من الحاجات والدوافع.

● نشاط الجمهور كقصديّة: من خلال هذا الشكل، يركز المفهوم أكثر على البعد المعرفي للنشاط بحيث ينطوي "التعمد" على التخطيط المعالجاتي والهيكلي للمعلومات الواردة.

● نشاط الجمهور كمشراكة/تورط: يرى (Hawkins and Pingree (1986 أن "الجهد المعرفي" أصبح محل نقاش نظري ومنهجي، بحيث يستخدم Levy مفهوم involvement لوصف كل من مستوى "الاثارة العاطفية" ومستوى التنظيم المعرفي والهيكلي للمعلومات. نفس مفهوم "النشاط" استخدم للإشارة للمظاهر السلوكية للتورط النشط، مثل التفاعل شبه الاجتماعي كالرد على التلفزيون.

كما رأينا، ونتيجة للاقتناع الكبير بمفهوم "الجمهور النشط" على حساب الاعلان عن موت الجمهور السلبي the death of the passive audience، أصبح المفهوم حاضرا بقوة في الكتابات الأكاديمية، وانطلق الكثير من الدارسين الى البحث في دراساتهم عن الجمهور النشط كحتمية، وحاولوا تحويله الى حقيقة امبريقية، وأدى الى الكثير من الصعوبات النظرية والقبول بمنطق ملتوي خاصة لما عرض المفهوم على التدقيق ضمن النظام البحثي، وأكد بعض الباحثين على أنه بالرغم من أنّ الاستخدامات والتأثيرات سعت لتفسير النتائج أو العواقب المترتبة على استخدام وسائل الإتصال الجماهيرية إلا أن الباحثين فعلوا ذلك من خلال إدراك إمكانيات الجمهور وقدرته على الحضور والنشاط.

لذلك، ودائما في مرحلة الثمانينات، طرح مجموعة من الباحثين فكرة اعادة تقييم مفهوم الجمهور النشط وتناوله بشكل متواضع، فقد دعا Blumler وزملائه من خلال مقال مهم وجريء الى رفض امبريقية الجمهور وقوته الخارقة، كما اقترحت Rubin أن نشاط الجمهور ليس مفهوم تام وإنما متغير باعتبار أن مختلف الأفراد يميلون إلى عرض أنواع مختلفة ودرجات من النشاط في وضعيات وأوقات اتصالية مختلفة ضمن العملية الاتصالية (Rubin, 1984, p : 70) وخلصت الأدلة الامبريقية وأثبتت بأن:

"ديناميكية نشاط الجمهور Audience Activeness أو قدرته على النشاط ليست ثابتة،

خاصة لما يتم فحص تورط الجمهور معرفيا (ذهنيا) ووجدانيا وسلوكيا من خلال المراحل الزمنية

المختلفة لعملية استخدام الوسائل الاعلامية" (Lin, 1993, p: 227).

نتيجة لذلك، وفي اطار انتقاداتهم، يقترح الباحثين أن مفهوم "النشاط" متعدد الأبعاد ليس من المستطاع دراسته من خلال مقياس يقوم على بعد واحد فقط، وإنما يجدر اعتباره "متغير" variable ضمن الأبحاث وليس كمجرد تصريح (Levy and Windhal 1986)، وتم بالموازاة اقتراح التعامل مع المكونات التحتية للمفهوم كالانتقاء selectivity، المنفعة utility والتورط involvement، وغيرها كمفاهيم منفصلة، وعدم التسرع في وضع تعريف شامل للمفهوم قبل فهم وقياس الأبعاد المذكورة على حدى، وهو ما توجهت اليه الدراسات في السنوات الأخيرة،

والترمت بتفكيك المفهوم من خلال دراسات منفصلة والابتعاد قدر المستطاع عن الجدل حول نشاط وسلبية الجمهور (Biocca, 1987, p :70).

4- دوافع، استخدامات واشباعات الانترنت والمواقع التفاعلية:

ان ظهور تكنولوجيات الاتصالات السلوكية واللاسلكية أعاد إحياء أبحاث الاستخدامات والاشباعات، فتحرير صناعة الاتصالات، والمزج بين وسائل الاتصال الجماهيرية والتكنولوجيا الرقمية غيرت أنماط تعرّض المستخدمين للعديد من وسائل الإعلام، هذه التكنولوجيات الجديدة توفر للأفراد اختيار أوسع للوسيلة الاعلامية، فانطلاقاً من ذلك، أصبحت الدوافع والاشباعات عناصر ذات أهمية كبرى في تحليل الجمهور.

يرى عدد من الباحثون أن مفهوم الجمهور النشط قد عرف مصداقية أكبر في الدراسات وعند الدارسين الذين يهتمون بالانترنت والوسائط الاتصالية الجديدة الأخرى، ويردون ذلك للانتشار الواسع التكنولوجيات، التي زوّدت المستخدمين بقائمة عريضة من منابع وقنوات الاعلام التي يختارون من بينها الأقدر على تلبية حاجاتهم واهتماماتهم، ويؤكد هذا الطرح على ما تطفنا اليه في المراحل السابقة حول الاحتفاء المبالغ فيه بقوة "الجمهور"، كما يبرز كذلك نوع من الانبهار بالوسيلة كذلك، وقد افرزت النقاشات حول الانترنت ومواقعها آراء مختلفة تتراوح بين النظرة التفاضلية والتشاؤمية، غير أننا نرى أن الاولى أكثر شيوعاً كما تشير اليه العديد من الدراسات، لكن ومع انتشار مثل هذه الطروحات فإن ذلك لم يمنع الباحثين من الحفاظ على هامش لنقد كل ما يطرح، والاتجاه نحو اختبار الحالات التي تجمع الفرد بالوسيلة بنوع من النضج البحثي على المستويين النظري والتطبيقي.

من وجهة نظر بعض الدارسين، تمثل الانترنت ذروة الانعزالية بوصفها وسيط يمكن من تقوية الفرد على مستوى اكتساب المعلومة التي يبحث عنها، وعلى مستوى المعلومة التي ينتجها شخصياً فيزداد بذلك اعتماده على نفسه في تحصيل المعارف وانعزاله التدريجي عن محيطه (Singer, 1998, p : 10) في المقابل، يرى باحثون آخرون أن الإنترنت وخاصة Web تمثل ذروة بناء المجتمعات واثرائها، وذلك نتيجة لما توفره للمستخدم من امكانية انشاء علاقات على الخط في طريقة لم تكن ممكنة من قبل عبر وسائل الاعلام التقليدية.

يُذكرنا كل من Katz, Blumler and Gurevitch بأن الأهداف الأساسية والأصلية وراء تشكيل نظرية الاستخدامات والاشباع هو لتحقيق الأهداف الآتية: (Martha, 2009, p :112)

1. شرح كيف يستخدم الأفراد وسائل الاعلام لاشباع حاجاتهم.
2. لفهم الدوافع motives سلوك وسائل الاعلام **to understand motives for media behaviour**
3. تحديد الوظائف أو النتائج التي تتبع الحاجات، الدوافع والسلوكيات.

وقد تساءل هؤلاء الباحثون عموماً إن كانت تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الجديدة ستستخدم لتلبية نفس الاحتياجات، التي تم التنظير لها مع وسائل الاتصال التقليدية، وقد أشار **Line** :

أن الباحثين الآن أمام تحدي يكمن في " فك شفرات الاستخدامات والاشباع في مثل هذه

التحارب الاتصالية" (Line, 1996, p : 578)

فبالنسبة لباحثي الاستخدامات والاشباع، وعلى المستويين التنظيري والتطبيقي، تبقى الأسئلة القاعدية قائمة وقابلة للتطبيق، كالتساؤل عن سبب مشاركة الأفراد في أحد أنواع الاتصالات عن بعد (عن طريق وسيط)، وما هي الاشباع التي يتلقونها من وراءها؟ بحيث يستمر الباحثون في استخدام الأدوات التقليدية للإجابة عن هذه الأسئلة لكن لا بدّ في نفس الوقت من إدخال مفاهيم مثل: interactivity, demassification, hypertextuality, asynchronicity, interpersonal aspects of mediated communication والاهتمام أكثر بتطوير أدوات قياسها، واخذها بعين الاعتبار في أي محاولة لتحليل الوسائط الاتصالية الجديدة أو الظواهر الناتجة عن استخدامها.

من هذا المنطلق، اتفق معظم باحثي الاستخدامات والاشباع على أنّ بعض المفاهيم مثل (النشاط) و(الجمهور)، تستلزم إعادة نظر لما تطبق في دراسة الاتصال عبر الانترنت، هذا نتيجة لما لاحظها الباحثون من اختلافات في استخدام الانترنت من شخص لآخر، فوجدوا أنّ البعض يستخدمها لغرض معين يحدده مسبقاً

في حين أنّ البعض الآخر يبحر في الانترنت من باب الفضول واللّهو، ويتّضح ذلك بشكل أحسن في مجموعات النقاشات الإلكترونية على سبيل المثال والتي تضم أعضاء مستخدمين يأخذون صفة "ملاحظ"، لا يساهم ولا يشارك أبداً، عكس أعضاء آخرين مشاركين بكثرة في النقاشات، ويتّسمون بمستويات عالية من النشاط لذلك، وأمام تساؤل الباحثين حول نشاط وسلبية الجمهور، تنصح Rubin بأن النظرة المناسبة للجمهور ستكون في مكان ما وسط الطرفين somewhere in the middle of these two extremes، أي بين السلبية والنشاط (Ha, 1995, p : 30).

يبين Line أنّ مقترب الاستخدامات الاشباعات، يسمح للباحثين بدراسة حالات الاتصال عن بعد عن طريقة واحدة أو مجموعة من الاحتياجات النفسية، الدوافع النفسية، القنوات الاتصالية والمحتويات الاتصالية والاشباعات النفسية ضمن سياق خاص أو سياقات ثقافية متعددة، فالاستخدام الشخصي للكمبيوتر يُرط بالدوافع الفردية لاستخدام الانترنت من أجل أهداف اتصالية مرتبطة بتحقيق إشباعات مثل: الهوية الاجتماعية، الاتصال الشخصي، الرفقة، الهروبية، الترفيه، الحراسة (Line, 1996, p: 561)، فهذه المرونة التي تتحلّى بها مقارنة الاستخدامات والاشباعات هي في غاية الأهمية في عصر تغلغت فيه الاتصالات عن بعد كل جوانب حياتنا الفردية والاجتماعية.

لا شك أنّ الانترنت ومواقعها التفاعلية تمنح لجمهورها قائمة ضخمة من فرص التواصل، ويشير الباحثن الى التغيّرات العميقة التي ساهمت في احداثها الانترنت في عادات وأدوار مستخدمي وسائل الإعلام الفردية والاجتماعية، وقد صرّح (Gilder 1990) أنّ الانترنت تساهم في تمكين الأفراد بحيث أنّها تنسف كل الحدود والتسلسلات الهرمية في المجتمع، فشبكات الاتصال في ازدياد وتوسع تسمح بالتفاعلات التزامنية وغير التزامنية واسترجاع المعلومات وتبادلها بين الأفراد والمجموعات، فمن حسن حظ دارسي الاستخدامات والاشباعات أنّ الاتصال عبر الانترنت يترك مسارات من السهل تتبعها فالرسائل يدوم وجودها والمحتويات يمكن ملاحظتها بكل سهولة، كما أنّها مسجلة ومنسوخة، كما أنّ البيانات الديمغرافية وسلوكيات الاستهلاك والخيارات وردود الأفعال، كلّها توفّر فرص بحثية مذهلة (Reggiero, 2000, p: 26).

وقد وضّح الباحثون، أن الانترنت تستخدم بشكل نشط من أجل اشباع العديد من هذه الاحتياجات المذكورة لأن الحالات العديدة التي يبحر فيها الأفراد عبر الانترنت، يكونون قد حدّدوا ما يحتاجونه من محتويات باستخدامهم الانتقائي لمحرّكات البحث، وبالنقر على الروابط التي تظهر على الصفحات وهذه السلوكيات والأفعال تدل على نشاط مستخدمي الانترنت المتصفّحين باختياراتهم وتفكيرهم في الاشباع التي يحتاجونها، ومنه قد تكون الانترنت الوسيط الذي يمكّن المستخدمين من إشباع حاجاتهم مهما كانت صفتها.

عرفت نظرية الاستخدامات والاشباع المزيد من التقدم مع أعمال (Rubin and Rubin 1985) اللذان جادلا بأن نطاق النظرية يحتاج الى توسيع أكبر (Clavio, 2008, p : 35) ، وأشارا بأن الديناميكيات الشخصية في نماذج الاستخدامات والاشباع لا بد أن تشمل القنوات الاتصالية الشخصية كبداية وظيفية لاستخدام وسائل الاعلام، واقترحا نموذجا جديدا للاستخدامات والاشباع يشمل (5) افتراضات أساسية هي:

• أولا: الافتراض بأن استخدام وسائل الاعلام توجهه أهداف معينة موجود أيضا في استخدام قنوات الاتصال الشخصي.

• ثانيا: الافتراض بأن وسائل الاعلام تستخدم لإشباع حاجات شخصية معينة، وان هذه الحاجات تختلف من حيث النوع والنطاق من مستخدم لآخر.

• ثالثا: الافتراض بأن المستخدم قادر على تحديد حاجاته بنفسه، ويقوم بخياراته حول استخدام الوسائل الاتصالية على اساسها.

• رابعا: الافتراض بأن المستخدم قادر على تقديم تقييم للدوافع والاشباع المرتبطة باستخدامه لوسيلة اتصالية معينة.

• خامسا: الافتراض بأن كل مستخدم يتأثر بمجموعة متنوعة من التأثيرات، سواء كانت داخلية أو خارجية، والتي يمكن ان يكون لها تأثير على اختياره واستخدامه للوسيلة.

نلمس في كل الدراسات التي تناولت الانترنت ومختلف مواقعها من خلال نظرية الاستخدامات والاشباع أنّها تؤكد كل مرة على قدرة الجمهور على النشاط، فانطلاقا من هذه النظرية، يُنظر للجمهور بوصفهم:

“*Motivated individuals who actively seek media content to fulfill cognitive and effective needs*” (Martha, 2009, p: 121)

بحيث تفترض الدراسات أن أفراد الجمهور يقدمون على مجموعة خيارات نشطة بدلا من مجرد اتباع واستهلاك كل ما تفرضه الوسيلة، وتتجلى هذه الخيارات انطلاقا من الوسيلة ثم محتوياتها، وتبني على مدى قدرة الوسيط الاتصالي أو الاعلامي على ارضاء وتلبية احتياجات وتطلعات المستخدمين، وتعني ضمنا كذلك أن هذه الخيارات تتدخل في تحديد تطور الوسيلة، وانطلاقا من ذلك، سنحاول التطرق لمجموعة من الدراسات والأبحاث التي تناولت الانترنت ومواقعها، مع التركيز قدر الامكان على منهجيتها ونتائجها.

5- الاستخدام العام للانترنت:

يرى عدد من الباحثين أن نظرية الاستخدامات والاشباع تعتبر وسيلة مشروعة لتقييم نشاط الجمهور في وسائل الاعلام والاتصال المختلفة، بما في ذلك الجديدة، ويؤكد آخرون على ان النظرية صمدت أمام اختبار الزمن كأفضل طريقة لمقاربة الوسائط الجديدة New Medium خاصة بعد صعود الانترنت في المجتمع ودفعها لإحداث نهضة في النظرية. (Nicholas, 2008, p: 5)

مع منتصف الثمانينات، تحول الباحثون لدراسة العالم الرقمي Digital World من خلال أبحاث متنوعة حول الوسائل التي ظهرت Online bulletin boards ; VCRs ; Cable Television ; home Internet services و تم تبنيها ضمن المجتمعات، وتحدت أبحاث الاستخدامات والاشباع مع قدوم هذه التكنولوجيات ويرد الأمر لسبيين: (Jones, 2010, p: 53)

- افتراضها لنشاط الجمهور مكنها من فهم دوافع الجمهور الذاتية، والأهداف التي تفودهم، وكذلك الاشباع التي يتوقعون الحصول عليها جراء تفاعلهم مع الوسائل ومحتوياتها.
- انفتاحها النظري والمنهجي مكنها وجعلها مفيدة لفحص مجموعة متنوعة من الدوافع ضمن المنصات الاعلامية والاتصالية الناشئة والمتنوعة، واعتبرها بعض الباحثين مقارنة نظرية متطورة لفهم الوسائل الناشئة.

اقترح كل من (Newhagen and Rafaeli 1996) أن استخدام الإنترنت يمكن أن يكون له فائدة كبيرة بسبب صفتها التحولية Mutability، أو كما وصفها Newhagen بالحرباء Cameleon، لأن قائمة المواقع والمحتويات أوسع وأكثر تنوعاً من تلك التي تقدمها الوسائل الأخرى، بحيث يمكن أن تقدّم لكل شخص ما يريد كما أن تواجد الإنترنت في كل مكان يساعد على اشباع حاجات الأفراد في سياقات متعدّدة (Jaeho, 2003, p : 5).

حاولت الأبحاث الأولى تفسير الاشباع التي يتحصّل عليها الأفراد من خلال استخداماتهم العامّة للإنترنت وقد حدّد كل من (Papacharissi and Rubin 2000) خمسة استخدامات عامّة للإنترنت هي:

- (1) يشكل استخدام الانترنت فائدة شخصيّة للأفراد (Interpersonal Utility).
- (2) يستخدم الأفراد الانترنت من أجل تمضية الوقت (Pass Time).
- (3) يستخدم الأفراد الانترنت من أجل البحث عن المعلومات (Information Seeking).
- (4) يستخدم الأفراد الانترنت بوصفها أداة مريحة (فرصة لإشباع عديده) (Convenient).
- (5) يستخدم الأفراد الانترنت من أجل الترفيه (Entertainment).

وقد توصلت الدراسة الى أن النسبة الكبرى من الأفراد تستخدم الانترنت من أجل أهداف اجتماعية وقد درس الباحثان العوامل التي تدفع الأفراد لاستخدام الانترنت، واستنتجوا أن الأفراد الذين لا يجدون ولا يلبّون اشباعاتهم في الواقع (وجه لوجه)، هم من يقبلون أكثر على الانترنت، كما أن الأفراد الذين يشعرون بأنهم دون قيمة وتقدير في محيطهم، يستخدمون الانترنت من أجل التفاعل الاجتماعي والبحث عن بديل (Nyland, 2007, p : 26).

تمّ اختبار نظرية الاستخدامات والاشباعات كذلك من قبل (Mccord and Eighmey 1998) و (Korgaonkar and Wolin 1999) و (Dandouau 2001)، بهدف وصف الدوافع التي يمكن أن تولّد قيمة أثناء استخدام وسيلة إعلامية تفاعلية بوجه خاص أثناء زيارة مواقع الإنترنت. حدّد Korgaonkar and Wolin (Sandrin, 2010, p : 04) سبعة إشباعات واهتمامات يمكن استخلاصها من وراء زيارة أيّة موقع:

1. **دافع الهروب الاجتماعي:** بحيث أنّ الإبحار في الإنترنت يتم اعتباره كفرصة شيّقة، مرحة، تسمح بالتخلّص من الواقع، فهذا العامل شبيه بمفهوم التسلية بحيث أنّ Web يستخدم كمصدر للارتخاء من أجل تخفيف الملل والقلق اليومي.
2. **القلق المرتبط بأمن التعاملات والسرية:** بحيث يجمع هذا العامل تحوّفات الأفراد من إعطاء رقم بطاقة أرصدهم على الخط أو إعطاء معلومات خاصّة عبر Web.
3. **الدافع المرتبط بالمعلومات:** بحيث أنّ هذا العامل يصف الطريقة التي من خلالها يُستخدم Web لأغراض معرفية والبحث عن المعلومات بطريقة سريعة وسهلة وبأقل التكاليف.
4. **دافع التحكم عن طريق التفاعلية:** خصوصية تفاعلية الانترنت تسمح للمستخدمين بالتحكم في الوسيلة، بحيث أنّ المستخدم هو من يختار الموقع الذي يناسبه في أي وقت، ويختار الأشخاص الذين يتفاعل معهم عبر Web.
5. **دافع المآمنة:** بحيث أنّ Web يسهّل الاتصال الشخصي وتبادل الخبرات والمعارف، فالمستخدمين يعتبرون الوآب مجال للتفاعل والمآمنة إنطلاقاً من اهتمامات مشتركة.
6. **التوجس المرتبط باحترام الحياة الخاصّة:** هذا العامل يجمع الآثار الضارّة للإنترنت مثل الرسائل غير المرغوب فيها والإشهارات...
7. **الدافع الاقتصادي:** هذا العامل يشير لاستخدامات الجمهور الهادفة لجمع المعلومات للتعلّم أو من أجل الاستعلام عن الخدمات والسلع.

يجادل الباحثين بأن فهم الدوافع الأساسية لمستخدمي الانترنت والطرق التي تلبّي استخداماتها حاجات المستخدمين هو أمر بالغ الأهمية لفهم كل من التطور المستقبلي والآثار المحتملة لاستخدام الانترنت، بهذا الصدد، وفي في اطاره أطروحته للدكتوراه، قام (LOUIS LEUNG 2007) بدراسة حول Stressful Life Events,

Motives for Internet Use, and Social Support Among Digital Kids حاول من خلالها الباحث رصد العلاقات بين المتغيرات المذكورة، يشرح الباحث المنهجية التي اتبعها على النحو الآتي:

"تم جمع البيانات من عينة احتمالية تضم 717 مراهق وطفل تتراوح أعمارهم من [8 الى 18

سنة] ممن أجابوا على مسح عبر الهاتف في دراسة سنة 2005... يشترط في أفراد العينة المؤهلين

امتلاك كمبيوتر محمول وولوج للانترنت في المنزل، تم القيام باختبار تجريبي لأداة المسح قبل العمل

الميداني الفعلي". (Leung, 2007, p : 207)

قام الباحث بقياس متغيرات دراسته الثلاثة المتمثلة في: Stressful life events و Internet use motives و Social support بثلاثة مقاييس استخراجها من الأدبيات، تم تكييفها لملائمة هذه الدراسة، ووضح العوامل المنضوية تحت كل مفهوم على النحو الآتي: (Ibid., 2009, p : 209)

• دوافع استخدام الانترنت internet use motives تم قياسها انطلاقاً من أربعة عوامل هي:

- الترفيه/الهروبية Entertainment/Escape

- صيانة العلاقات Relationship maintenance

- الإعتراف الاجتماعي Social recognition

- البحث عن المعلومات Information Seeking

• أحداث الحياة المقلقة Stressful life events تم قياسها انطلاقاً من أربعة عوامل هي:

- المشاكل الأبوية Parental problem

- فرد جديد في العائلة New addition to the family

- المرض/الموت/الطلاق Illness/death/separation

- المشاكل المرتبطة بالمدرسة School-related problem

• الدعم الاجتماعي Social support تم قياسه انطلاقاً من ثلاثة عوامل:

- التفاعلات الاجتماعية الايجابية Positive social interaction

- الرقة Affectionate

- المشاعر/المعلومات Emotional/information

يتضح لنا وبشكل جلي توجه الباحثين نحو ابراز المتغيرات النفسية والاجتماعية في دراستهم للوسائل الاعلامية والوسائل الاتصالية، كما يجادل عدد من الباحثين بأن الظروف البيئية والاجتماعية social and environmental circumstances التي تقود الأفراد للتوجه نحو وسائل الاعلام لإشباع حاجات معينة لا تزال غامضة وتحتاج الى مزيد من البحث، ففي حالات عديدة، يبدو ان العملية هي نتاج لتداخل مجموعة واسعة من العناصر تشمل: الرغبات النفسية، العوامل الاجتماعية، والظروف البيئية التي تحدد استخدامات الجمهور للوسائل الاعلامية والاتصالية، هذا الغموض جعل الباحثين يتوجهون بحذر لتفكيك هذه العمليات والعلاقات، بحيث اقترح Katz (Katz et al, 1973, p :517) انطلاقاً من هيكلية اولية لاحتمال أن العوامل الاجتماعية social factors يمكن ان تلعب دوراً في توليد الاحتياجات المرتبطة بوسائل الاعلام media-related-needs وذلك بإتباع السبل الخمسة الآتية:

• **المواقف والوضعيات الاجتماعية** تنتج توترات وصراعات، تؤدي الى ضغوطات من أجل

الاستعانة بوسائل الاعلام واستهلاك محتوياتها للتخفيف من حدتها.

• **المواقف والوضعيات الاجتماعية** تنتج وعي بالمشاكل التي تتطلب اهتمام، وربما معلومات

يمكن ايجادها واشباعها من خلال وسائل الاعلام.

• **المواقف والوضعيات الاجتماعية** توفر فرص ضعيفة لاشباع حاجات معينة، يتوجه الأفراد

نتيجة لذلك الى وسائل الاعلام من اجل خدمة مكملة، اضافية، او بديلة.

• **المواقف والوضعيات الاجتماعية** تؤدي الى قيم معينة، يسهل استهلاك المواد الاعلامية

المطابقة لها على تأكيدها أو تعزيزها.

• **المواقف والوضعيات الاجتماعية** توفر ارضية من التوقعات المألوفة مع بعض المحتويات والمواد

الاعلامية، والتي يجب رصدها للحفاظ على العضوية في التجمعات الاجتماعية القيمة.

اختار بعض الباحثين اختبار متغيرات من نظريات اجتماعية أخرى إلى جانب نظرية الاستخدامات والاشباع، بحيث يجادل LaRose ويقترح إمكانية تعديل نظرية الاستخدامات والاشباع، بهدف توسيع نطاق حدودها النظرية وذلك بالترابط مع نظريات أخرى والبحث عن إمكانيات التكامل بينها ويعبر عن ذلك:

“So perhaps there is room to modify and expand uses and gratifications to incorporate sociocognitive constructs instead of pitting one theory against the other”

(LaRose et al, 2001, p: 408)

وانطلاقاً من ذلك، قام كل الباحث وزملاؤه بتحديد مجموعة متغيرات ضمن نظرية المعرفة الاجتماعية social cognitive theory (Bandura, 1986 ; 1989) وشملت الدراسة عينة تقدر بـ 171 طالب، تم التعامل مع استمارة الاستبيان لمدة أسبوعين، وقاموا باختبار مجموعة من الفرضيات على أساس المتغيرات التي حددت توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية (Ibid, 403):

- العناصر المتمثلة في: النتائج الإيجابية المتوقعة، الكفاءة الذاتية للانترنت، الوعي بإدمان الانترنت، كلها مرتبطة ببعضها إيجابياً ومرتبطة كذلك باستخدام الانترنت.
- العناصر المتمثلة في: النتائج السلبية المتوقعة، انتقاص الذات، وتجاهل الذات، كلها ارتبطت سلبياً باستخدام الانترنت.

في دراسة لاحقة، قام نفس الباحثين بتوسيع استخدامهم متغيرات نظرية social cognitive theory إلى جانب الاستخدامات والاشباع، توصلوا إلى أن نتائج النشاط المتوقعة والنتائج الاجتماعية ارتبطا باستخدام الانترنت، وأشاروا لأن عامل "تمضية الوقت" pass time الذي كان حاضراً بشدة في عدة دراسات سابقة للاستخدامات والاشباع حول وسائل ووسائط مختلفة، قد برز بوصفه independent predictor يساعد على التنبؤ بالتعرض لوسائل الإعلام، وأضاف الباحثين أن الانترنت تمثل وسيلة تسمح للمستخدم بالتفاعل

الاجتماعي، المتعة، رد الفعل الذاتي، المال، الوصول للمعلومات... الخ وأن الوضعية الاجتماعية يمكن ان تشكل عاملا أهم من الدعم الاجتماعي في تحديد درجة استخدام الانترنت. (Clavio, 2008, p:50)

يجادل عدد من الباحثين أنه عند تقييم الأبحاث المتعلقة بنظرية الاستخدامات والاشباعيات يمكن ملاحظة ان الاستخدامات والاشباعيات الممكنة لوسائل الاعلام يمكن ان تشمل فرص للتعلم، صيانة العلاقات، البحث عن المعلومات، الرفقة، الاثارة، الاسترخاء، التعبير، الترفيه، المراقبة، العلاقات الحميمة... كما أشارت اليه العديد من الدراسات (Greenberg, 1974 ; Mcleod & Becker, 1981 ; LaRose & Eastin, 2004 ; Java et al., 2007 ; Ancu & Cozmo, 2009)

ويرى عدد من الباحثين، ان الأبحاث الاخيرة حول النظرية تفترض ان الاشباعيات المتحصل عليها **obtained gratifications** هي الاكثر قدرة على التنبؤ بأنشطة استخدام الانترنت أكثر من الاشباعيات التي يتطلع المستخدمون لإرضائها **gratifications sought** ، وتؤكد الدراسات (Charney & Greenberg, 2001; LaRose, Mastro & Eastin, 2001, Papacharissi & Rubin, 2000) على ان الاشباعيات المتحصل عليها تمثل دوافع لأنشطة معينة على الانترنت، بحيث تشير النتائج الى ان البحث عن المعلومات Information Seeking ، التسلية Amusement ، المراقبة Surveillance ، العلاقات الشخصية Personal Relationship ، الهوية Identity ، انشاء وضعية Establishing Status ، هي العوامل الاكثر تكرارا ضمن الاشباعيات المتحصل عليها.

ضمن نفس التراكم البحثي، يقترح كل من Stafford et al. (2004) أنه توجد عامة ثلاثة (3) أنماط من الاشباعيات كما يتصورها الجمهور وهي:

1. اشباعيات المحتوى content gratifications: وترتبط بالمضمون الذي تحمله الوسائط (ترفيه، المعلومات... الخ) ولها علاقة بالرسائل التي تحملها الوسائط.
2. سيرورة الاشباعيات process gratifications: وهي تجربة عملية استخدام الوسائط (تصفح الانترنت، اكتشاف التكنولوجيا الجديدة... الخ) وترتبط هذه الاشباعيات بالاستخدام الفعلي لوسيط معين.

3. الاشباعات الاجتماعية social gratifications: وفقا لبعض الكتاب، فان التواصل بين الاشخاص والتشبيك الاجتماعي social networking هي اشباعات اجتماعية يسعى الجمهور لتحقيقها، بحيث اكدت عدة دراسات على وجود اشباع اجتماعي في استخدام الانترنت.

في السياق ذاته، قدم باحثي النظرية فكرة **media utility** واقترحوا ان الافراد عند اختيارهم للوسيلة المناسبة لهم، يحملون النية والقصد، بل أكثر من ذلك، فإنهم يطورون معيار محدد **specific criteria** ويضعون أحكام وقيمة ذاتية فيما يتعلق بفائدة كل وسيلة، وقد طورت فكرة **media utility** لأبعد من ذلك وقسمت لفتتين: **المنفعة الشخصية personal utility** و**المنفعة الاجتماعية social utility** بحيث اقترح Barton :

“Media users seek to find Medias that have personal utility and thus seek to obtain gratifications on an individual or specialized level” (Barton, 2009, p: 474)

كما يقترح (McQuail 1984) بأن الأذواق الثقافية يمكن أن تمثل وصفا احسن لدوافع استخدام وسائل الاعلام من مفهوم الحاجات، وقدم McQuail فكرة **User Taste** أو "ذوق المستخدم" عند فحصه لعملية اختيار وسائل الاعلام، بحيث اقترح ان المستخدمين ينتقون الوسائل مرتكزين في ذلك على تفضيلاتهم الشخصية **Personal Preferences** (McQuail, 1984, p: 177) وأن الوسائل ليست سوى سبل للوصول للهدف النهائي.

من جهتهم، حث كل من (Palmgreen ; Wenner ; Rosengreen 1985) باحثي الاستخدامات والاشباعات على الانفصال عن جذورها الوظيفية التي تنفي كل خلل وظيفي على مستوى الفرد والمجتمع، وكل تأثير لأنظمة وسائل الاعلام ومنتجها على الأفراد، بحيث جادل هؤلاء بأن هذا الانفصال سيساعد على الانتباه لسيرورات الاشباع كما تجري ضمن التفاعلات بين البنى الاجتماعية وسمات الأفراد:

“...In order to see the gratification processes as taking place within a field of interaction between societal structures and individual characteristics, an interaction calling forwards specific realization of the potentials and restrictions inherent in those structures and characteristics” (Jones, 2010, p: 51)

6- دوافع، استخدامات واشباعات مواقع الانترنت التفاعلية:

في سبيل التوصل لفهم أحسن لمواقع الانترنت المختلفة، اقترح الباحثون التخلي عن دراسة الاستخدام العام للانترنت General use والتوجه نحو تفكيك الانترنت الى مختلف المواقع التي تشكلها، وذلك لأن الدراسة العامة للانترنت لا تقدم فهما تدقيقا للدوافع أو للاستخدام الفعلي والاشباعات المتحصل عليها من كل موقع، وتزداد الظاهرة تعقدا بإدخال ومحاولة قياس المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تساهم بطريقة ما في احدى العمليات السابقة.

في هذا الاطار، ننتقل أولاً من محاولة ادراك الفرق بين الانترنت ووسائل الاعلام الجماهيرية انطلاقاً من نتائج الدراسات السابقة، والتي اشارت لعنصر "حاجات الجمهور" التي توضح الفرق بين الوسائل التقليدية والانترنت، كما بينت ان المنابع الاخرى غير الاعلامية non-media خاصة الاصدقاء توفر عامة اشباعات اكثر، وتعتبر أكثر أهمية للمستخدمين من حيث احتياجات الاشباع الذاتي أكثر من الوسائل الاعلامية الجماهيرية، لكن الشيء الذي يجعل الانترنت مميزة هو جمعها لوظائف الوسائل الاعلامية والتفاعل الشخصي في مجال واحد، الشيء الذي يسمح للأصدقاء ان يتفاعلوا مع بعضهم من خلال المصادر غير الاعلامية، في حين أنهم لا يزالون يحصلون على اشباعاتهم من خلال الوسائط.

توصلت احدى الدراسات حول دوافع انشاء والمحافظة على "المدونات" Blogs الى أن الدوافع الشخصية تحركها مجموعة عوامل، كالتعبير عن الذات self expression، والعلاقات الاجتماعية social connections، وميزات وسمات الوسيط medium's attributes من جهة، وهي من جهة أخرى كذلك في منافسة مع

الدوافع (Ibid, p: 54) المنسوبة الى القنوات الوسيطة mediated channels التي توفر الهروبية، تمضية الأوقات، الترفيه... الخ.

قام كل من Haridakis and Hansons (2009) بدراسة حول دوافع استخدامات YouTube على (427) طالب من طلبة دراسات ما قبل التدرج، طلب من الباحثين الاجابة على 51 بند تعبر عن دوافع استخدامهم للموقع، تم استخراج البنود من دراسات سابقة (Papachrissi & Rubin, 2000 ; Rubin, 1983) وحددوا المتغيرات على النحو التالي (Haridakis, 2009, p : 322):

- المتغيرات المستقلة: YouTube affinity، الوقت المقضي في المشاهدة والتقاسم على الموقع، المتغيرات النفسية تضمنت *locus of control*، *sensation seeking*، كذلك قياس النشاط الاجتماعي خارج الخط، المتغيرات الديمغرافية (السن والجنس).
- المتغيرات التابعة: دوافع المشاهدة والتقاسم فيديوهات الموقع، وحددت تحليل العوامل ستة (6) دوافع هي، الترفيه المناسب، الاتصالات الشخصية، البحث عن المعلومات، الهروبية، المشاركة في المشاهدة، التفاعل الاجتماعي.

أظهرت النتائج كيف يمكن لنظرية الاستخدامات والاشباع أن تفيد في التوصل الى دوافع مشاهدة الفيديوهات في الموقع، ولكن ليس دوافع المشاركة في الموقع كتقاسم الفيديوهات ونشر الردود وإنشاء الفيديوهات، فالمتغيرات التي تنبأت بمشاهدة الفيديوهات هي: الجنس، النشاط الاجتماعي، الترفيه المناسب، البحث عن المعلومات، المشاركة في المشاهدة، والتفاعل الاجتماعي (Ibid., p: 329)

اهتم الباحثين بظاهرة اقبال وافتتان الافراد بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي Social Network Sites (SNSs) وتعرضوا لدراستها من جوانب عديدة، ففي تحديدهم لأسباب مشاركة المستخدمين في كل من موقعي Facebook و MySpace، توصل كل من Bonds-Raake (2008) الى أن أهم الأسباب الأكثر شيوعاً هي: (Bonds-Raake, 2010, p :28)

- البقاء في اتصال مع الاصدقاء القدامى to keep in touch with old friends
- البقاء في اتصال مع الاصدقاء الحاليين to keep in touch with current friends
- وضع ومشاهدة الصور to post/look at pictures
- التحصل على اصدقاء جدد to make new friends
- تحديد موقع الاصدقاء القدامى to locate old friends

في حين أن اقلها شيوعاً وأهمية هي:

- معرفة (الاستعلام) حول الاحداث to learn about events
- وضع الوظائف الاجتماعية to post social functions
- من اجل الشعور بالاتصال to feel connected
- مشاركة المعلومات حول ذاتك share information about yourself
- لأهداف أكاديمية for academic purposes
- لأهداف المواعدة for dating purposes

في دراسة لاحقة، هدف نفس الباحثون الى التوصل لفهم أحسن للاستخدامات والاشباعات التي يتحصل عليها المستخدمون جراء خوضهم فيما أطلقوا عليه مواقع تشبيك الاصدقاء friend networking sites، بحيث استندوا في ذلك على ملاحظة أن الدراسات السابقة حددت عدداً من الأسباب التي تجعل الأفراد يستخدمون هذه المواقع، وبدا لهم أن بعض هذه الأسباب تجتمع أو يمكن أن تقع ضمن نفس البعد، وبالتالي سعى الباحثين لتحديد الاستخدامات والاشباعات المتشابهة والتي تحتوي على نوع من التماثل على المستوى المفاهيمي. بالإضافة لمتغير السن، الجنس، والهوية، قام الباحثين (Ibid., p : 30) بتحديد (3) ثلاثة عوامل أساسية تنضوي تحتها الأسباب الاحدى عشر (11) المذكورة في الدراسة السابقة وذلك لقياس أبعاد الاستخدام Dimensions of

:Use

• بعد المعلومة Information Dimension

- وضع الوظائف الاجتماعية to post social functions
- معرفة (الاستعلام) حول الاحداث to learn about events
- مشاركة المعلومات حول ذاتك share information about yourself

- لأهداف أكاديمية for academic purposes
- وضع ومشاهدة الصور to post/look at pictures

• بعد الصداقة Friendship Dimension

- البقاء في اتصال مع الاصدقاء القدامى to keep in touch with old friends
- البقاء في اتصال مع الاصدقاء الحاليين to keep in touch with current friends
- تحديد موقع الاصدقاء القدامى to locate old friends

• بعد الاتصال Connection Dimension

- لأهداف المواعدة for dating purposes
- التحصل على اصدقاء جدد to make new friends
- من اجل الشعور بالاتصال to feel connected

أثبتت نتائج الدراسة الارتباط المفاهيمي بين اسباب استخدام المواقع، خاصة الاسباب المرتبطة بتعزيز علاقات الصداقة، كما تؤكد على علاقات الارتباط بين العوامل المذكورة (بعد المعلومة، بعد الصداقة، بعد الاتصال) والتي تشكل أبعاد الاستخدام الذي يقبل عليه أفراد العينة المدروسة، ويؤكد الباحثين على دور المواقع وميزاتها في تمكين المستخدمين على تحقيق أبعاد استخداماتهم.

في دراسة قام كل من (Govani and Pashley, 2005) بدراسة حول استخدامات واشباعات مواقع شبكات التواصل الاجتماعية (SNSs) لمحاولة فهم كيف يستخدم الأفراد هذه المواقع، اعتمد الباحثون على عينة من طلبة جامعة Michigan (Nyland, 2007, p : 9) ودرسوا العلاقة بين استخدامات الفيسبوك وكيفية مشاركة الطلبة في محيطهم الجامعي وقاموا بقياس خمسة دوافع شخصية لاستخدام (SNSs) هي كالآتي:

- 1- استخدام الموقع من أجل ملاً وقت الفراغ (filling up free time).
- 2- استخدام الموقع من أجل التحصّل على المعلومات (acquisitions of informations) حول أحداث معينة نزعات ...
- 3- استخدام الموقع من أجل الاتصال بالأصدقاء (established relationships).

- 4- استخدام الموقع من أجل التعرف على أشخاص جدد (meet new people).
- 5- استخدام الموقع لأن الجميع يستخدمونه (every one else is doing it) ويتعلق هذا العامل في انتقادات الأقران.

وقد توصلت الدراسة أن العامل أو الدافع الخامس المذكور كان أشد تأثيراً وهو ما يدفع الأفراد للالتحاق بالمواقع الاجتماعية، وأثبتت الدراسة كذلك أن الطلبة يتدققون على هذه المواقع بسبب ضغط أقرانهم (peer pressure) عليهم وإشعارهم بأنهم غير عاديين إن لم يتواجدوا في المواقع.

على مستوى آخر، قامت (2008) Kara Krisanic بدراسة تحت عنوان: “Motivations and Impression Management Predictors of Social Networking Site Use and User Behaviour” وارتكزت على نظرية الاستخدامات والشباعات، حاولت معرفة الدوافع النفسية والاجتماعية الذي تشكل أقوى المؤشرات strongest predictor لاستخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، (Krisanic, 2008, pp:50-51) وهي على النحو الآتي:

- الاستخدام من اجل المعلومة Use for information
- الاستخدام من اجل الترفيه Use for entertainment
- الاستخدام من اجل النقاش Use for discussion
- الاستخدام من اجل الاتصال (التواصل) Use to connect
- الاستخدام من اجل التبضع Use to shop
- الاستخدام من اجل اللعب Use for game
- الاستخدام من اجل تحديث الوضعية Use for update
- الاستخدام من اجل البحث عن منتج Use for product inquiry
- الاستخدام من اجل ادارة الانطباع Use for impression management

دققت الباحثة في الاستخدامات التسعة (9) المذكورة أعلاه والتي تشكل في نفس الوقت دوافع مفترضة ومحتملة لاستخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت الباحثة الى ان الاتصال مع الآخرين والترفيه شكلا أهم مؤشرين لاستخدام الفايسبوك.

حاولنا من خلال الدراسات التي تطرقنا اليها الاشارة لتغير الاجندات البحثية واتجاهها شيئا فشيئا نحو التخصص والتدقيق في كل ما يرتبط بعلاقة الفرد مع التكنولوجيا، ويرجع ذلك للتطورات التقنية التي يشهدها العالم اليوم من جهة، وكذلك نتيجة لظهور انماط استخداماتية واشباعاتية متنوعة تنتج عن احتكاك المستخدمين بهذه التكنولوجيات وتدخل عناصر نفسية واجتماعية اخرى تؤدي لبروز ظواهر تستفز المجتمع الاكاديمي لبحثها، ونتيجة للاستمرارية التي تعرفها السيرورات البحثية والتراكم الذي تطرحه للعيان، تمكننا من ملاحظة اتجاه الباحثين نحو تجاوز الاستخدام العام للانترنت وحتى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وغوصهم اكثر في بحث الميزات والخصائص والتطبيقات التي توفرها هذه المواقع، بمعنى آخر تفكيك وتجزئة الوسيلة وما ينعكس عن استخدام اجزائها، باعتبار عدم تكافئها من حيث نتائجها النفسية والاجتماعية للمستخدم، ومنه على رأس ماله الاجتماعي.

الفصل الثالث:

البناء المنهجي للبحث

“There is no special method that guarantees success or makes it probable. Scientists do not solve problems because they possess a magic wand – methodology, or theory of rationality – but because they have studied a problem for a long time, because they know the situation fairly well, because they are not too dumb...”

(Feyerabend, 1975: 8)

1- إختيار منهج البحث:

■ تحديد منهج البحث:

في إطار اشكاليته، يواجه الباحث صعوبة في تحديد تناول المنهجي الملائم الذي يسهل عليه تفكيكها والتمكّن من التعامل الفعّال مع متغيّراتها بشكل علمي وذلك في علاقتها بتراكم من الدراسات التي تعطي البحث مشروعيتها، ويواجهه في ذلك أيضا نقاشات مرتبطة بسياق بحثه والجدل الدائر حول اختيار المنهجية المناسبة لمجتمعه، بحيث يعترف Renée Pinard وآخرون بتعدد السيورة موضحين:

« Le choix d'une approche de recherche se fonde sur plusieurs éléments. A part ceux relatifs a la problématique, la nature de la question ou des objectifs de recherche, d'autres contribuent de façons plus ou moins implicite a ce choix, tels le contexte professionnel et les intérêts de l'intervenant-chercheur associés a ce contexte »

(Pinard, 2004, p : 60)

فمسألة السياق في نظرنا وخاصة في الجزائر، لا تتعدى في كثير من الأحيان كونها مجرد تخمينات أوليّة أو قراءات سريعة يستدعيها أصحابها في اطار الدفاع عن مواقفهم، ولا ترتبط إلاّ ما ندر بأية ممارسة فعلية لما يمكن اعتباره حقيقة بحثا كمّيّا أو كيفيا بالشروط والمواصفات العلمية، والأكثر من ذلك، يميزها تعصب غير مؤسس لأحد المنهجين بالبحث عن حدود الآخر أو بإلغائه نهائيا، ويجادل Lévy من جهته، بأن كل مقارنة بين الباراديغمات والمناهج هي في الحقيقة محاولة خاملة oiseuse وغير مفيدة inutile، وتؤكد Castellan بدورها على هذه الفكرة بقولها:

“As with many philosophical debates, a tension arises as some proponents from both sides claim that their approach is most appropriate... and they then mount arguments against the other side” (Castellan, 2010, p:2)

وعليه، من المفيد ومن الضروري كذلك النظر لكل منهج والحكم judge عليه من منطلق معايير الخاصة التي يقوم عليها والمتفق عليها ضمن المجتمع العلمي، ولا ينبغي الاستناد في ذلك على خلاصات قراءات أو محاولات تطبيق مشوهة لأحد المنهجين على أنها تمثل حقيقته والتي تنتهي عادة بأحكام مغلوطة ناتجة في الأصل عن سوء فهم أو فشل في التطبيق، وينتج عليها رفض كلي لمنهج معين، ويحاجج (2002) Siegel من جانبه بأن كلا المنهجين يقومان على افتراضات مختلفة وأنه:

“It is unfair to judge qualitative research by a quantitative research paradigm, just as it is unfair to judge quantitative research from the qualitative research paradigm”

(Ibid, 2010, p: 2)

كما يشير Gall, Borg, and Gall (1996) بأنه على المستوى المعرفي، ليس من الواضح كيف يمكن لمنهج معين الادعاء بامتلاكه قدرة أكبر على الوصول للحقيقة من المناهج الأخرى، وعضوا عن ذلك، يستوجب تبيين جهود كل المناهج التي ساهمت على حد سواء في الوصول لاكتشافات وتراكمات محورية في كل التخصصات.

من هذا المنطلق، يشرح الباحثين بأن تنوع المنظورات والتناولات في مجال أبحاث الاعلام والاتصال ينبع بالدرجة الاولى من طبيعته الهجينة التي استمدت مقارباتها البحثية من تخصصات أكاديمية متنوعة ضمن العلوم الاجتماعية، بحيث ساهمت الانثروبولوجيا، الاقتصاد، التاريخ، اللسانيات، العلوم السياسية، علم الاجتماع، علم النفس وغيرها من التخصصات في امداد الدراسات الاعلامية والاتصالية بالنظريات والمناهج الضرورية لدراسة بنية structure، تنظيم organisation، محتوى content، واستخدامات وآثار وسائل الاعلام uses and impacts of media، وبشكل مشابه لما ذكرناه، نتج عن ذلك نقاشات حادة في المقام الأول حول المنهجية الأنجع في فهم دور وسائل الاعلام في المجتمع، وأيها الأقدر على تقديم رؤى حساسة وذات مغزى بخصوص الموضوع وأبعاده المختلفة. انطلاقاً من ذلك، اصطلفت المدارس الفكرية الوضعية أو hypothetico-deductive ضد المنظورات النقدية التأويلية:

“These different social-scientific perspectives vary in terms of the perceived objectives of research, the way social reality and human beings are conceived, the role of theory-driven empirical inquiry and the kind of evidence to which most weight is given”

(Gunter, 2012, p: 209)

على الرغم من اتجاه الباحثين نحو تفادي الجدل غير المثمر بين المنهجيتين الكمية والكيفية، بنقل النقاش نحو مستوى فكري وثقافي أقل راديكالية والاعتماد على منهجية متكاملة أو مختلطة *méthodologie mixte* تركز على نقاط التكامل وليس الاختلاف وبما تستطيع تقديمه للأبحاث، إلا أننا نلتزم في إطار بحثنا هذا بالارتكاز على المنهجية الكميّة التي نرى أنها الأكثر ملائمة لمعالجة إشكالية بحثنا:

« L’approche quantitative...met l’accent sur l’expérience mesurée, rendue objective par la mesure, de plusieurs individus dans leurs transactions avec l’environnement. La compréhension et la recherche de sens sont motivées par la recherche de l’explication ou de relations causales. »

(Pinard, 2004, p : 61)

بحيث يهتم المنهج الاستنباطي حسب Gunter بوضع الفرضيات، تأكيدها، أو دحضها، وفي نهاية المطاف إمكانية ارساء تفسيرات نظرية لأحداث أو قوانين تشرح العلاقات بين أنشطة الأفراد وخبرات وسائل الاعلام مع معارفهم ومعتقداتهم وآرائهم وكذلك سلوكياتهم، ويتم التعبير عن هذه الظاهرة في مفاهيم كمية تسهل قياس قوة أو درجة الارتباطات السببية بينها (Gunter, 2012, p: 209).

فبشكل عام، يرى الكثير من الباحثين أنه لا بد على العلماء الاجتماعيين في أعمالهم الامبريقية السعي لاستخدام مناهج ومفاهيم تفضي لنتائج كمية، وقد شكلت ولا تزال المنهجية الكمية بطريقة مباشرة السبب في تطور علوم الاعلام والاتصال واكتسابها صفة العلمية، وتميّزت كما هو معلوم بتطبيقها لتقنيات العلوم الطبيعية لدراسة السلوك البشري من خلال المنهج العلمي، وعملت أبحاثها وتراكماتها متعددة الأبعاد والتخصصات في التوصل لمعرفة كلية حول الظواهر والمجتمعات، ويشير Griffin & Phoenix بأن الباحث يحدد من خلالها مواضيع بحث على أساس نظري ومنهجي ثم يطور مجموعة من الفرضيات مرتكزا على الأبحاث الحالية، يتخللها تحليل احصائي يساهم في المزيد من التطور النظري في مجال البحث المختار (Griffin, 1994, p: 288). من جهته، يجادل Durant بضرورة القياس ويعتبر أن العلم المنظم في العالم المادي يستند على القياس، أين يمكن اختبار والتحقق من هذه القياسات لأنها تقوم ببساطة على وحدات قياس موضوعية يمكن لأي محقق التعامل معها.

ظهر لنا بعد التأمل لواقع دراسات وأبحاث الجمهور في العالم، أنها تنمو في نطاق وتعدّد موازي لتوسع أدوار الجمهور أو على الأقل تنوع تصورات علاقته مع التكنولوجيات، وقد أفرزت هذه الوضعية المعقدة ومحاوله استيعابها التقاء العديد من الميادين والتخصصات البحثية ساهمت في ابراز عدد متنوع من المقاربات المنهجية المتباينة، وقد سبّب ذلك قلقا وتخوفا بالنسبة للبعض ارتبط بتشرذم ميدان أبحاث الجمهور (Barker 2006) في حين اعتبره آخريين (Napoli, 2010 ; Press, 2006 ; Klein & Murray, 2003) دليلا للوصول الى درجة أكبر من التعددية المنهجية methodological pluralism بين المهتمين بدراسة الجمهور، ويرجع ذلك لاختلاف الاشكاليات والأهداف البحثية من جهة، كما عمّقها وعزّزها الانقسام التاريخي بين المنهجية الكمية والكيفية من جهة أخرى، ذلك بالرغم من الجهود للبحث عن نقاط التكامل بينهما:

“Yet, despite recent initiatives, the qualitative-quantitative divide in audience research remains largely intact. Indeed, every audience or mass communication research methodology textbook makes a basic distinction between quantitative and qualitative methodologies, since these two approaches are commonly considered to reflect fundamentally different epistemologies and utilities” (Davis, 2011, p: 560)

ومن ذلك، يبيّنها الباحثين الى أن التفرقة بين المناهج يعود بالدرجة الاولى لفلسفة كل منهج وفائدة استخدامه وكيف تتناغم بشكل كبير مع موضوع البحث وأهدافه، بحيث رُبطت المنهجية الكمية على سبيل المثال بعدد من المواضيع كدراسة سلوكيات الجمهور audience behaviours، الاتجاهات attitudes، السمات الاجتماعية والديمغرافية social-demographic attributes، بالإضافة للارتباطات والعلاقات السببية بينها (Ibid, p :560).

وانطلاقاً من ذلك، وبالارتكاز على المنهجية الكميّة، اتجهت جهودنا نحو البحث عن أدوات قياس علمية لمفاهيم بحثنا، وقرّرها التراكم البحثي الامبريقي لنظرية الاستخدامات والاشباعات Uses & Gratifications انطلاقاً من أربعينات القرن الماضي، والتي توصّلت لتطوير أدوات بحث منهجية راعت التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم وأولت اهتماماً كبيراً لاستخدامات الشرائح المجتمعية لهذه التكنولوجيات، أكثر من ذلك، ما يسبق وما يمكن أن ينتج عن استخداماتها، وهو ما ينسجم مع أهداف بحثنا.

■ الطرح المنهجي لنظرية الاستخدامات والاشباعات:

يرى Roy بأن نظرية الاستخدامات والاشباعات U&G تمثل أهم النظريات المؤثرة في أبحاث وسائل الاعلام (Roy, 2009, p :878) تحاول فهم وشرح الاشباعات التي يبحث الجمهور عن ارضائها من خلال وسيلة/وسيط معين وتصوراتهم وانجذابهم لها ولحتمياتها (Ruggiero, 2000)، وتعترف النظرية بالاختيار والاستخدام الفردي وكذلك بإمكانية استخدام مجموعة من الأفراد لنفس الوسيلة بطرق وأغراض متباينة، وقدمت فهماً أساسياً حول موضوع اختيار الأفراد الاستمرار في استخدام وسيلة معينة، أين يرى الباحثون بأن اللقاءات الأولية للأفراد مع الوسائل يمكن أن يكون بالصدفة accidental يسببه الفضول حول حدثاتها، غير أن الاستمرارية تكون مستبعدة ان لم يوفر الوسيط فوائد معينة (Jere & Davis, 2011, p :6)، من ذلك أصبح البحث في الدوافع Motivations جانبا حيويًا ضمن الأبحاث المهمة بالتكنولوجيات ومواقع شبكات التواصل الاجتماعية SNSs خاصة، خاصة وأن التكنولوجيات الجديدة تتيح للمستخدمين عدداً واسعاً من الخيارات وتجعل دوافع استخدامها مكونات ذات أهمية في تحليل الجمهور:

“U&G research seeks to examine the use of audience media in the light of the users' social and psychological needs. Overall, the theoretical perspective of U&G research centers on the motives for and consequences of media use”

(Chigona, 2008, p: 3)

كما يضيف (Dunn & Purse 1998) بأن التركيز المنفرد وبشكل كامل على الآثار الاجتماعية والثقافية لتكنولوجيات الاتصال الجديدة قد يكون سابقا لأوانه، فينبغي علينا أولا ادراك كيف؟ ولماذا؟ يقبل ويستخدم الأفراد هذه القنوات الاعلامية والاتصالية، قبل الخوض في اشكاليات أعمق.

من جانب آخر، اتضح لنا من خلال مراجعة الأدبيات أن البحث في الاستخدامات والاشباع يتبع عادة احدى المقاربتين البحثيتين الآتيتين:

□ المقاربة الأولى لا تتطلب أية افتراضات حول بنية الدوافع/الاستخدامات/الاشباع أو غيرها من المفاهيم والأبعاد البحثية، ويحاول الباحث التوصل إليها أثناء سيرورة البحث، نذكر دراسة Uses and gratifications of mobile (Chigona, Kamkweda & Manjoo, 2008) حول Internet among South African students والتي تبنت منهجية كيفية تركز على اتصال شفهي لمشاعر وأحاسيس وخبرات المشاركين والتي اضافت قيمة، عمق، وثراء لفهم المفاهيم (Chigona, 2008, p : 8).

□ المقاربة الثانية تتطلب تجميع قائمة حول الدوافع/الاستخدامات/الاشباع أو غيرها من المفاهيم والأبعاد البحثية، يستخرج الباحث هذه القوائم من دراسات سابقة محاولا معرفة مدى مطابقتها في سياقات بحثية اخرى نذكر دراسة (Papacharissi and Stafford et al (2004) و Rubin(2000) و Payne et al (2003).

وتجدر الإشارة الى أن الأبحاث النموذجية المرتكزة على النظرية توظف عددا من الأدوات خاصة المسوح survey بالإضافة الى المقابلات interviews والمجموعات البؤرية focus groups في حالات نادرة لجمع البيانات ذات الصلة (Oakley, 2013, p : 2)، ويرى الباحثون بأن تنوع أساليب جمع البيانات تعزز القوة التحليلية للنظرية وقد عرف التقرير الذاتي self-report بوصفه أداة لجمع المعلومات توسعا كبيرا في الاستخدام ضمن أبحاث الاستخدامات والاشباعات أين يجيب المبحوثين على أسئلة تهمهم حول ذواتهم ترتبط بعدد واسع من القضايا كالسمات الشخصية personality traits، المزاج moods، الأفكار thoughts، الاتجاهات attitudes، والسلوكات behaviours،

“Self report measures, then, are most appropriate when they are directed toward matters of effect and/or perception in circumstances in which the respondent has no reason to fear negative consequences from any answer given. They are least useful when they are directed toward matters of fact that may be unknown or unknowable by respondent”

(McCroskey, 1997, p: 198)

ويبين Eighmey and McCord (1998) أن التقرير الذاتي self-reported للتصورات والدوافع التي يقدمها المبحوثين تعطي للباحثين رؤى ثابتة عن العوامل التي تجذب الجمهور للاستمرار في استخدام وسيلة معينة وتساعد في التوصل لأدوات قياس موثوقة تعمل على تقييم الاستخدامات، ومن هذا المنطلق، وبالنسبة لدراستنا، تشكل نظرية الاستخدامات والاشباعات اطارا نظريا هاما لدراسة الدوافع والنتائج motives and outcomes أو بمعنى آخر كيف؟ ولماذا؟ تستخدم وسائل الاعلام والوسائط الجديدة للاعلام والاتصال، وسنعمد على المقاربة الثانية التي ذكرناها، أي تجميع قوائم حول مفاهيمنا البحثية (الدوافع) و (الاستخدام) و (رأس المال الاجتماعي) انطلاقا من أبحاث سابقة بالإشارة لسيورتها النظرية.

■ أدوات القياس-سيرورة نظرية-:

كما سبق وأن أشرنا، تركز الأبحاث الاستنباطية على القياس measurement، بحيث تشكل مفاهيم concepts البحث أفكار مجردة تجسد طبيعة الظاهرة الملاحظة، في حين تعبّر المتغيرات variables عن تصورات امبريقية للمفاهيم، توفر للباحث قياسا وظيفيا يسمح بالتكميم والتحكم بغرض تحقيق أهداف البحث:

“Measurement consists of rules for assigning symbols to objects so as to (1) represent quantities of attributes numerically (scaling) or (2) define whether the objects fall in the same or different categories with respect to a given attribute (classification)” (Viswanathan, 2005, p: 2)

وانطلاقا من ذلك، توجهنا لتحديد مجموعة من المقاييس المرتبطة بمفاهيم ومتغيرات بحثنا، استخراجها من الدراسات الحالية المهمة بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وقرّر مُعضمها تراكم أبحاث الاستخدام والاشباكات:

1- مقياس دوافع استخدام الفايسبوك Facebook motivation scales :

صمّمه كل من Papacharissi and Mendelson (2011) ويبدو أن المقياس تطور بناء على سلسلة من الدراسات ويتشارك معها في كثير من المفاهيم والأبعاد بغض النظر عن اختلاف التكنولوجيات (Charney & Greenberg, 2002; Kaye & Johnson, 2002; Papacharissi & Rubin, 2000; Rubin & Rubin, 1989)، وكثيرا ما يدرس الباحثين موضوع دوافع الاستخدام من خلال النظر في مزيج من الدوافع الشخصية وأخرى مرتبطة بالوسيلة، وتصدر الإشارة الى أن الأبحاث المهمة بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي (SNSs) عادة ما تتبنى مناهج وأدوات استخدمت في دراسة وسائل الاعلام التقليدية، ومن الدراسات التي ارتكز عليها الباحثين في تصميم مقياس بحثنا نذكر:

□ دراسة Rubin (1981) بعنوان: “An examination of television viewing motivations”

□ دراسة Rubin & Bantz (1989) بعنوان: “Uses and Gratifications of videocassette recorders”

□ دراسة كل من Rubin & Rubin (1992) بعنوان: “Antecedents of interpersonal communication motivation”

□ دراسة كل من Papacharissi & Rubin (2000) بعنوان: “Predictors of Internet Use”

□ دراسة كل من Pornsakulvanich, Haridakis & Rubin (2008) بعنوان: “The influence of dispositions and Internet motivation on online communication satisfaction and relationship closeness”

□ دراسة كل من Papacharissi & Mendelson (2011) بعنوان: “Toward a new(er) sociability : Uses, Gratifications and social capital on facebook”

وقد لاحظنا أن هذه الدراسات تشترك في قياس الدوافع من خلال مجموعة من العوامل والأبعاد، بحيث صمّم كل من (Papacharissi & Rubin, 2000) مقياساً لمعرفة أسباب استخدام الأفراد للانترنت وذلك من خلال تجميع دوافع تتعلق بـ: الاتصال الشخصي التبادلي interpersonal communication، وسائل الاعلام media، والتكنولوجيات الجديدة new technologies معتمدين في ذلك على دراسات سابقة، وتوصلوا لتحديد 5 دوافع لاستخدام الانترنت هي (Pornsakulvanich, 2008, p: 2296)

□ فائدة العلاقات الشخصية interpersonal utility.

□ تضيئة الوقت passing time.

□ البحث عن المعلومات information-seeking.

□ التحويل convenience.

□ الترفيه entertainment.

بالطريقة نفسها، قدمت دراسات أخرى قوائم مختلفة لدوافع استخدام الفايسبوك (Joinson, 2008)، أكثر من ذلك، توصلت لحقيقة أن دوافع الاستخدام ترتبط بأنماط مختلفة من المساهمات على الموقع (Lampe, Wash, Velasquez, Ozkaya, 2010)، وأدى ذلك للتركيز على نتائج استخدام ميزة أو ميزات معينة بدل البحث عن الاستخدام العام للفايسبوك، وهو الهدف من وراء اعتماد المقياس الثاني.

2- مقياس استخدام ميزات الفايسبوك facebook feature use:

انطلاقاً من الملاحظات السابقة، توصل الباحثين إلى أن تحديد استخدام الفايسبوك بشكل عام لا يعطي صورة واضحة عن النتائج التي يمكن أن تتأتى عن استخدام الموقع، وذلك لأن المقاييس السابقة لم تعر الانتباه الكافي ولم تتعمق في إمكانية استفادة المستخدمين من الميزات التي تقدمها المواقع بدرجات متفاوتة ولأسباب متعددة وبناتج مختلفة كذلك بعد الانضمام للموقع (Park, Wash, Valenzuela, 2009)، بحيث تعد معرفة انعكاس استخدام هذه الميزات على رأس المال الاجتماعي لدى الأفراد ضرورة لتحديد الأنشطة المولدة له من غيرها، فغياب هذا التحديد يعطينا صورة مبهمّة عن الاستخدام الفعلي ويصعب تحليل الظاهرة ويوقنا في العموميات.

صُمم المقياس في إطار دراسة Smock وآخرون بعنوان: « Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use » وذلك بهدف التوصل لمقياس استخدامات ميزات الفايسبوك باعتباره حزمة من الأدوات، بمعنى آخر بشكل متجزئ وليس كلياً:

“This last study highlights a key issue, eloquently expressed by Smock et al. in their argument that uses and gratifications in SNS are relevant not to entire sites, but to specific unbundled subsets of site features, such as status updates, messaging services or media sharing” (Karnik, 2013, p: 1)

3- مقياس رأس المال الاجتماعي **Social Capital Scale**:

شكل موضوع رأس المال الاجتماعي في علاقته بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ميدان بحث عرف ترسبا كبيرا من الأبحاث، واعتبر المفهوم سببا ونتيجة *cause and consequence* لاستخدام التكنولوجيات على تنوعها، بما في ذلك الهاتف النقال ومواقع شبكات التواصل الاجتماعية (Hampton & Wellman, 2003; Hampton, Lee & Her, 2011; Campbell & Kwak, 2010; Robinson & Martin, 2010; Steinfield, Ellison, & Lampe, 2008) وقد توصل الباحثون الى تصميم أدوات قياس للمفهوم انطلاقا من التراث النظري واعتمادا على أعمال المؤسسين الأوائل خاصة Putnam، وتقسيمه لرأس المال الاجتماعي الى: رأس مال الروابط *Bonding* ورأس مال التجسير *Bridging* اعتمادا على المعايير والشبكات التي تتوفر للفرد.

على ذلك الأساس، وفي اطار دراسته المعنونة بـ: *“On and Off the Net: Scales for Social Capital in an Online Era”* توصل Dmitri Williams (2006) الى تصميم مقياس *Internet Social Capital Scales* (ISCS) استجابة لحاجة الباحثين لأدوات بحثية تكمل تلك المصممة مع وسائل الاعلام التقليدية تمكنهم من فهم ما يحدث للشبكات الاجتماعية خارج الخط ونوع الشبكات المشكلة على الخط، بمعنى آخر في السياقين:

“These scales are intended to measure two different types of social capital-known as “bridging” and “bonding”—for both online and offline contexts. Question items are developed and tested and found to be valid and psychometrically sound”

(Williams, 2006, p: 593)

على الرغم من تبني الباحثين لهذا المقياس في دراساتهم، يشير Appel، Dadlani وغيرهم بأن مقياس (ISCS) يخلط مفهوم رأس المال الاجتماعي مع مفاهيم اخرى كالدعم الاجتماعي *social support* و *attachement* ويوضحون بأنه لا يقيس رأس المال الاجتماعي المتصور ولا حتى الفعلي، إذ يطرح هذا التداخل عدة أسئلة حول تأويل نتائج الأبحاث المعتمدة على مقياس (ISCS). (Appel, 2014, p : 398)

في المقابل، أنجزت أبحاث أخرى حول علاقة استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي برأس المال الاجتماعي باستخدام أدوات قياس أخرى، وقد كان المنطلق في ذلك صعوبة التوصل لإجماع حول تعريف المفهوم، بحيث تدل قراءة الأدبيات أنه يشير لبناء يضم الشبكات الاجتماعية social networks، الثقة trust، المشاركة/الالتزام المدنية civic engagement، الرضا عن الحياة life satisfaction وغيرها من المفاهيم (Bourdieu, 1983; Brehm & Rahn, 1997; Coleman, 1988; Dekker & Uslaner, 2001; Lin, 2001;) وتتشكل انطلاقا من ذلك اجتهادات ومجموعة تصورات تضم عددا من المفاهيم النفسية والاجتماعية/ذاتية وعلاقاتية والتي يعتقد أنها تشكّل عوامل بناء متعدد الأبعاد يتمثل في رأس المال الاجتماعي multidimensional construct وتسمح بالتحكم فيه بشكل أحسن:

“An alternative path is to recognize that social capital is a multidimensional construct that is based on individuals’ social networks and their predicted effects. The challenge, in this case, is to integrate different dimensions of social capital into a coherent theoretical framework” (Valenzuela, 2009, p: 877)

في هذا الاطار، قام Steinfield et al (2008) ببحث العلاقة بين استخدام الفايسبوك ومقاييس السعادة النفسية بالإضافة الى رأس المال الاجتماعي "التحسير" bridging، وتوصلوا لحقيقة أن تقدير الذات self-esteem يعدل moderates العلاقة بين المتغيرين، وأن الأفراد الذين يحملون تقدير ذات منخفض هم الأكثر استفادة من استخدامهم للفيسبوك أكثر من غيرهم:

“Therefore, it can be proposed that Facebook provides social and technical support for social interaction and people who have lower self-esteem benefits from this environment more than those who have high self-esteem” (Ertan, 2011, p:8)

علاوة على ذلك، توصل Valenzuela et al (2009) أن كثافة استخدام الفايسبوك يرتبط ايجابيا مع الرضا عن الحياة life satisfaction والثقة الاجتماعية social trust.

2- مجتمع البحث و عينته:

أُجري هذا البحث في منطقة الجزائر العاصمة على عينة عرضية accidental ضمت تلاميذ في الطورين (المتوسط والثانوي) بالإضافة لطلبة جامعيين، ممن يتوفر فيهم شرط امتلاك حساب على موقع "فايسبوك" وشملت عددا من أحياء العاصمة (محمد بلوزداد، سيدي محمد، أول ماي، وسط الجزائر، باب الوادي، مناخ فرنسا، بولوغين، و زرالدة) وتمركزت معظمها في الفضاءات الآتي ذكرها لتمكين أفراد العينة من القراءة المتأنية والفهم الجيد لمحتوى استمارة الاستبيان:

-مدرسة فرانس فانون بتيليملي.

-مكتبة مسجد احمد حفيظ سيدي محمد.

-مكتبة رشيد كواش بباب الوادي.

-مكتبة الكتاني التابعة لمؤسسة فنون و ثقافة بباب الوادي.

-المكتبة الحوارية لديار الخلو ببولوغين.

-متوسطة ابن خلدون-السيدة الافريقية-بولوغين.

-مجموعة مؤسسات تعليمية بزرالدة.

-جامعة الجزائر 3.

يتكون عدد العينة من 401 طالب وطالبة، بعدما كان في الأساس 420، قمنا بعزل 15 استمارة لعدم اكمال ملئها، و استبعدنا 4 أخرى لتجاوز سن أصحابها العمر المحدد في بحثنا لما يمكن اعتباره فترة المراهقة، وقد بلغ متوسط السن بالنسبة للعينة 19,5 (الجدول رقم: 1) وهو السن الذي يتوافق مع الشريحة المدروسة في بحثنا.

السن	المتوسط
19,05	
11	القيمة الدنيا
23	القيمة العليا

جدول رقم 1: يوضح توزيع أفراد العينة على أساس السن

بالإضافة للسن، اكتفينا في اختيارنا للمتغيرات الديمغرافية بالجنس والمستوى التعليمي، فبالنسبة للجنس، مثلت الإناث ما نسبته 54,6 مقابل 45,4 للذكور (الجدول رقم: 2)، أما فيما يخص المستوى التعليمي فإننا ارتكزنا عليه بهدف التمكن من تقسيم المراهقة الى مرحلتين أساسيتين تتناسب مع احتياجاتنا البحثية (جدول رقم: 3):

◀ مرحلة المراهقة الأولى: يمثلها تلاميذ الإكمالي والثانوي. تشكل ما نسبته 53,6 بالمئة من أفراد العينة.

◀ مرحلة المراهقة الثانية أو المراهقة المتأخرة: يمثلها طلبة الجامعة. تشكل ما نسبته 46,4 بالمئة من أفراد

العينة.

جدول رقم 2: يوضح توزيع أفراد العينة على أساس الجنس

النسبة	التكرار	العينة الجنس
45,4	182	ذكر
54,6	219	انثى
100	401	المجموع

جدول رقم 3: يوضح توزيع العينة على أساس متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	العينة	
53,6	215	اكمامي ثانوي	المراهقة 1
46,4	186	جامعي	المراهقة 2
% 100	401	المجموع	

وصف أدوات (البحث) القياس:

عمدنا في هذا البحث إلى استخدام مجموعة من المقاييس هي:

- مقياس دوافع استخدام الفايسبوك facebook motivation scales
- مقياس كثافة استخدام الفايسبوك .intensity of facebook use
- مقياس استخدام ميزات الفايسبوك facebook feature use
- مقياس رأس المال الاجتماعي social capital scale

وقد صممت المقاييس وفق تقنية likert والتي تتميز بتكميمها للنتائج بدقة ومصداقية لأنها ترتبط بنتائج البحوث

السابقة و تعتمد على تراكم من الدراسات، وتؤكد **Madeleine Grawitz**:

"إن المقياس يستمد قيمته من مجموع الأسئلة المطروحة أو البنود، وعلاقتها بالإتجاه الذي تسعى

إلى قياسه... وإذا كانت البنود لا تمثل عينة واحدة فقط من عالم هذا الإتجاه، فإنه ينبغي

الإحتفاظ إلاّ بالتي تكون لها دلالة... أي تلك التي ترتبط عن قرب بالإتجاه... وسواء كان هذا

الإرتباط ظاهراً أو لا فإنه ينبغي قياسه، وإثباته قبل استخدامه".

(**Madeleine Grawitz** نقلا عن عزيز لعبان، 2007، ص:157).

■ وصف مقياس دوافع استخدام الفايسبوك:

صمّمه كل من (Papacharissi and Mendelson (2011) وقاما بينائه على أساس مجموعة من الدراسات المرتبطة باستخدام وسائل الاعلام الجماهيرية والوسائط الاتصالية الجديدة (Foregger, 2007 ; Bumgarner, 2007) (Raacke & Bonds-Raacke, 2008 ; Papacharissi & Mendelson, 2011 ; Raacke & Bonds-Raacke, 2008) والتي هدفت

في العموم مستندة على نظرية الاستخدامات والاشباعات للتوصل لفهم أفضل لتوقعات المستخدمين المرتبطة بقدرة موقع معين على اشباع حاجاتهم ورغباتهم، بمعنى آخر بحث دوافع الاستخدام:

“Motives present general dispositions that influence people's actions taken for the fulfillment of a need or want and behavior” (Papacharissi, 2011, p: 12)

يضم المقياس 9 عوامل توصل كل من Papacharissi & Mendelson لاستخراجها عن طريق تقنية التحليل العاملي factor analysis، كل عامل يحمل بدوره مجموعة بنود تخدم المفهوم:

- ترفيهه للاسترخاء.
- تقاسم المعلومات التعبيرية
- الهروب من الواقع (الهروبية)
- توجه رائع وجديد
- الرفقة
- الترقية المهنية
- التفاعل الاجتماعي
- وقت الفراغ المعتاد
- التعرف على اشخاص جدد

بشكل أوضح، أشار كل من Papacharissi & Mendelson الى أن الدراسات السابقة ركزت على جانب واحد من الدوافع، اما تلك المرتبطة بالوسيلة (Rubin, 1983) أو المرتبطة بفائدة العلاقات الشخصية (Papacharissi & Rubin, 2000) في حين حاولا نتيجة لذلك دمج كلا النمطين من الدوافع في مقياس واحد لتحقيق نتائج أفضل. وقد تمّ تصميم مقياس دوافع استخدام الفايسبوك وفقا لنموذج likert الذي يحتوي على

خمس إمكانيات للإجابة، تمتد من غير موافق تماما(1)، غير موافق(2)، متردد/غير متأكد(3) موافق(4)، موافق تماما(5).

■ صدق و ثبات المقياس:

ثبات المقياس:

يشير HENSON إلى أن "مصدقية النتائج في أية دراسة، من حيث القياس و الشدّة، يعدّ مركزياً لفهم العلاقات الملاحظة بين المتغيرات، لأن كل التحليلات الكلاسيكية مثل T-test, Analysis of Variance, Regression, Canonical Correlation تشكل جزءاً من نفس النموذج الخطّي العام، و هي ذات طبيعة ترابطية" (عزيز لعبان، 2007، ص: 160). ويرى أن الثبات أو الموثوقية Reliability هي:

“Reliability is the extent to which an experiment, test, or any measuring procedure yields the same result on repeated trials” (Thatcher, 2010, p: 36)

لذلك، لا يستطيع الباحثين التوصل للنتائج أو صياغة النظريات ولا حتى الادعاء بإمكانية تعميم ما توصلوا إليه دون المرور على ملاحظات مستقلة مؤكدة تدعم ما توصلوا إليه و تكون قابلة للتكرار من طرف باحثين آخرين، و شرط التكرار أو امكانية تكرارها لا يتحقق دون الاعتماد على اجراءات وأدوات بحثية تحقق قياسات موثوقة.

وبناءً على هذا، فإن قياس الثبات يعد مرحلة أساسية للتأكد من الترابط الداخلي للمقياس، و فيما يخص مقياس دوافع استخدام الفايبيوك بعوامله التسعة، يشير Smock أنه يتمتع بثبات جيد (Smock, 2011, p : 4)، ويوضح الجدول نتائج معامل ألفا Cronbach' Alf لكل عامل من عوامل المقياس بالنسبة لبحثنا وكذلك لدراسة Smock باعتبارها من الدراسات المرجعية .

عوامل المقياس	نتائج معامل ألفا Cronbach في بحثنا	نتائج معامل ألفا Cronbach في دراسة Smock
الترفيه	.82	.88
تقاسم المعلومات	.54	.86
الهروبية	.73	.67
توجه رائع و جديد	.64	.82
الرفقة	.78	.77
التقدم المهني	.57	.79
التفاعل الاجتماعي	.74	.74
وقت الفراغ	.59	.85
التعرف على أشخاص جدد	*	*

جدول (4) يبين قيمة معامل ألفا Cronbach بالنسبة لعوامل مقياس دوافع استخدام الفايبروك

بالنسبة للعامل الأخير المتمثل في دافع: التعرف على أشخاص جدد* فهو يتكون من بند واحد فقط وهو ما يحول دون التوصل لقيمة معامل ثباته، أما فيما يخص قيمة ألفا Cronbach بالنسبة للمقياس بشكل كامل en bloc فقد قدر في بحثنا بـ .87 وهو يدل على ثبات جيد.

صدق المقياس:

يرى Thatcher أن الصدق Validity يشير للمدى الذي تقيس فيه أية أداة قياس ما يفترض أن تقيسه، بمعنى آخر تساؤل الباحث: هل أنا أقيس ما نويت قياسه؟ ذلك لأن الباحث لا يثق ثقة كاملة أنه يقيس المتغير الذي صممت من أجله اجراءات القياس:

“Validity is defined by the extent to which any measuring instrument measures what it is intended to measure. In other words, validity concerns the relationship between what is being measured and the nature and use to which the measurement is being applied” (Thatcher, 2010, p: 5)

لقد عمدنا في قياس صدق المقياس الى ما يعرف بصدق البناء construct validity الذي يتعلق بالارتباطات المتبادلة بين بنود المقياس ودرجته الكلية، ويدلل الباحثون على صدق البناء بواسطة ربط أداة القياس بإطار نظري عام لتحديد ما إذا كانت الأداة مرتبطة بالمفاهيم والافتراضات النظرية التي يوظفونها،

“Construct validity is concerned with the extent to which a particular measure relates to other measures consistent with theoretically derived hypotheses concerning the concepts that are being measured” (Carmines and Zeller, 1979, p: 23)

ويجادل الباحثان يوسف القريوتي و appenheimer على أهمية صدق المقياس فيشيران:

“على الرغم من أن الارتباطات الداخلية تعدّ دليلاً على الاتساق الداخلي للمقياس، فإنه

يمكن عدها هنا دلالة على صدق البناء، إذ يمكن تفسير ارتباط بند المقياس بدرجة الكلية

على ان البند يرتبط بالموضوع المقيس”

(القريوتي و appenheimer نقلا عن لعبان، 2008، ص: 161)

وعليه، يتضح من خلال الجدول () أن كل بنود عامل "الترفيه" **Relaxing** تتمتع بارتباط جيد مع الدرجة الكلية للعامل تتراوح بين (**37) و (**78). ويمكن ملاحظة نفس الشيء بخصوص العوامل الأخرى وذلك بالإطلاع على الجداول (5) (6) (7) (8) (9) (10) (11) (12) .

جدول (5) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "الترفيه" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.

دافع 5	دافع 4	دافع 3	دافع 2	دافع 1	
46**	45**	44**	68**	1	دافع 1
55**	45**	37**	1	68**	دافع 2
40**	53**	1	37**	44**	دافع 3
52**	1	53**	45**	45**	دافع 4
1	52**	40**	55**	46**	دافع 5
76**	77**	73**	78**	78**	الدرجة الكلية

جدول (6) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "تقاسم المعلومات" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.

دافع 10	دافع 9	دافع 8	دافع 7	دافع 6	
00-	06	17**	22**	1	دافع 6
24**	29**	37**	1	22**	دافع 7
15**	29**	1	37**	17**	دافع 8
60**	1	13**	29**	06	دافع 9
1	60**	15**	24**	00	دافع 10
60**	65**	52**	66**	59**	الدرجة الكلية

جدول (7) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "الهروبية" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.

دافع 13	دافع 12	دافع 11	
42**	42**	1	دافع 11
58**	1	42**	دافع 12
1	58**	44**	دافع 13
83**	82**	77**	الدرجة الكلية

جدول (8) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "توجه جديد" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.

دافع 16	دافع 15	دافع 14	
28**	53**	1	دافع 14
30**	1	53**	دافع 15
1	30**	28**	دافع 16
68**	79**	81**	الدرجة الكلية

جدول (9) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "الرفقة" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.

دافع 19	دافع 18	دافع 17	
57**	52**	1	دافع 17
53**	1	52**	دافع 18
1	53**	57**	دافع 19
84**	81**	84**	الدرجة الكلية

جدول (10) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "التقدم المهني" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.

دافع 22	دافع 21	دافع 20	
19**	42**	1	دافع 20
29**	1	19**	دافع 21
1	29**	19**	دافع 22
61**	80**	76**	الدرجة الكلية

جدول (11) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "التفاعل الاجتماعي" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.

دافع 24	دافع 23	
59**	1	دافع 23
1	59**	دافع 24
89**	88**	الدرجة الكلية

جدول (12) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "تمضية الوقت" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.

دافع 29	دافع 28	دافع 27	دافع 26	دافع 25	
23**	32**	28**	18**	1	دافع 25
12**	22**	27**	1	18**	دافع 26
32**	51**	1	18**	28**	دافع 27
40**	1	51**	22**	32**	دافع 28
1	40**	32**	12**	23**	دافع 29
60**	67**	66**	70**	57**	الدرجة الكلية

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.001.

فيما يخص العامل التاسع (9) المكوّن لمقياس دوافع استخدام الفايسبوك والمتمثل في "التعرف على أشخاص جدد" meet new people، فإنه يتكون من بند واحد فقط، وعليه لا توجد امكانية لإجراء إختبار الصدق عليه.

■ وصف مقياس كثافة استخدام الفايسبوك:

قام كل من Ellison, Steinfield and Lampe (2007) بتطوير مقياس كلي لقياس كثافة استخدام الفايسبوك نظرا لما لاحظوه من نقائص في المقترَب التقليدي لأبحاث الإتصال الذي كان يسعى الى قياس تواتر و مدّة التعرّض لوسيلة إعلاميّة معيّنة و لكنّه فشل في حساب خبرة الاستخدام العالي (الكبير) الناتج عن المواقع التفاعلية.

نتيجة لذلك، أنشأ كل من Ellison, Steinfield and Lampe (2007) مقياس خاص بكثافة استخدام الفايسبوك يقيسون من خلاله ارتباط المستخدمين بأنشطة الفايسبوك، بحيث ارتكز مقياس كثافة استخدام الفايسبوك على العوامل التالية:

- عدد الأصدقاء الذين يملكهم المستخدم في الفايسبوك.

- مقدار الوقت الذي يقضيه المستخدم في الفايسبوك في يوم نموذجي.

- يحوي المقياس كذلك على مجموعة من البنود يجيب عليها المبحوث بتأشيرته على

الخيار الذي يراه مناسباً بحيث تعبّر عن درجة تعلقه النفسي والعاطفي ومدى ادماجه

لموقع فايسبوك في حياته اليوميّة.

وقد تمّ تصميم مقياس كثافة استخدام الفايسبوك وفقا لنموذج likert الذي يحتوي على خمس إمكانيّات للإجابة، تمتد من غير موافق تماما(1)، غير موافق(2)، متردد/غير متأكد(3) موافق(4)، موافق تماما(5).

■ صدق وثبات المقياس:

ثبات المقياس:

يتمتع مقياس كثافة استخدام الفايسبوك في هذا البحث بثبات جيد قدر معامل ألفا بـ82. و هو ما يؤكده كل

من (2007) Ellison and Steinfield (2006) و Valenzuela (2009) و Maria Kalpidou (2011)

بالإضافة الى لعليجي (2012).

صدق المقياس:

باعتقادنا على صدق البناء، يبين الجدول (13) بأن بنود مقياس كثافة استخدام الفاييسبوك تترابط فيما بينها وكذلك فيما بينها وبين الدرجة الكلية للمقياس بشكل جيد، بحيث تراوحت بين (58**) و (76**).

جدول (13) يبين معاملات الارتباط بين بنود مقياس كثافة استخدام الفاييسبوك وبينها و بين الدرجة الكلية للمقياس.

الارتباط 6	الارتباط 5	الارتباط 4	الارتباط 3	الارتباط 2	الارتباط 1	الوقت المقضي	عدد الأصدقاء	
							1	عدد الأصدقاء
						1	32**	الوقت المقضي
					1	49**	22**	الارتباط 1
				1	49**	29**	19**	الارتباط 2
			1	42**	73**	50**	26**	الارتباط 3
		1	56**	48**	58**	41**	19**	الارتباط 4
	1	62**	56**	50**	52**	42**	24**	الارتباط 5
1	56**	52**	52**	46**	50**	41**	23**	الارتباط 6
71**	74**	73**	76**	64**	76**	70**	58**	الدرجة الكلية

**ارتباطات دالة عند مستوى 001.

■ وصف مقياس استخدام ميزات الفاييسبوك:

بعد التوسع الكبير في استخدام مقياس كثافة استخدام الفاييسبوك Facebook Intensity Scale، في أبحاث عديدة كما سبق وأن ذكرنا، توصل الباحثين الى أن تحديد استخدام الفاييسبوك بشكل عام لا يعطي صورة واضحة عن النتائج التي يمكن أن تتأتى عن استخدام الموقع، وذلك لأن المقاييس السابقة لم تعر الانتباه الكافي ولم تتعمق في امكانية استفادة المستخدمين من الميزات التي تقدمها المواقع بدرجات متفاوتة ولأسباب متعددة وبتائج مختلفة كذلك بعد الانضمام للموقع (Park, Wash, Valenzuela, 2009) وهو الشيء الذي لمسناه ولحِضناه بشكل واضح في بحثنا السابق لعليجي (2012)

على هذا الأساس، صُمم مقياس Facebook Feature Use Scale في اطار دراسة Smock وآخرون بعنوان: « Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use » وذلك بهدف التوصل لقياس استخدامات ميزات الفاييسبوك باعتباره حزمة من الأدوات، بمعنى آخر بشكل متجزئ، ويحمل المقياس سبعة (7) بنود أساسية يحيل كل بند الى ميزة معينة: تحديث الوضع، التعليقات، النشر على جدار الاصدقاء، الرسائل الخاصة، الدردشة، المجموعات، التطبيقات.

وقد تمّ تصميم المقياس وفقاً لنموذج likert الذي يحتوي على خمس إمكانيات للإجابة، تمتد من غير موافق تماماً (1)، غير موافق (2)، متردد/غير متأكد (3) موافق (4)، موافق تماماً (5).

■ صدق و ثبات المقياس:

ثبات المقياس:

يتمتع مقياس استخدام ميزات الفاييسبوك بثبات جيد، بحيث قدر معامل ألفا بـ72.

صدق المقياس:

يبين الجدول (14) بأن بنود مقياس استخدام ميزات الفاييسبوك تترابط فيما بينها وكذلك فيما بينها وبين الدرجة الكلية للمقياس بشكل جيد، بحيث تراوحت بين (**57) و (**65).

جدول (14) يبين معاملات الارتباط بين بنود مقياس "استخدام ميزات الفاييسوك" وبينها و بين الدرجة الكلية للمقياس.

التطبيقات	المجموعات	الرددشة	رسائل خاصة	الكتابة على الجدار	التعليقات	تحديث الوضع	
						1	تحديث الوضع
					1	27**	التعليقات
				1	33**	22**	الكتابة على الجدار
			1	32**	31**	25**	رسائل خاصة
		1	37**	27**	19**	18**	الرددشة
	1	27**	25**	30**	23**	18**	المجموعات
1	36**	32**	28**	27**	21**	23**	التطبيقات
63**	62**	61**	65**	63**	58**	57**	الدرجة الكلية

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.01.

■ وصف مقياس رأس المال الاجتماعي:

يتكوّن مقياس رأس المال الاجتماعي social capital scale من 3 عوامل كما هو موضّح في الجدول تقيس علاقة الفرد بغيره من الأفراد و تفاعله معهم داخل المجتمع، وهذه العوامل هي:

- الرضا عن الحياة Satisfaction with life: تقيس التقييم الشخصي الذي يعطيه الفرد لحياته.

- الثقة الاجتماعية Social Trust : وتقيس نظرة الفرد إلى الآخر.

- تقدير الذات Self Esteem: وتقيس نظرة الفرد وتقييمه لذاته.

وتجدر الإشارة الى أن تكوّن المقياس من العوامل "الثلاثة" المذكورة أعلاه والتي اعتمدها في بحثنا تشكل اجتهادا فرديا لباحثين غربيين على مدار سنوات، عملنا بدورنا في ضمها بهذا الشكل للتمكن من قياس مفهوم رأس المال الاجتماعي، بحيث قمنا باستبعاد عوامل اخرى اعتمدت في دراسات اخرى مثل : المشاركة السياسية، والتي لا تخدم ولا تتناسب مع أهداف بحثنا.

■ الرضا عن الحياة: Satisfaction with Life

شهد بناء *construct* الرفاهية أو السعادة الذاتية *subjective well-being* اهتماما كبيرا من قبل الباحثين في السنوات الأخيرة، وقد بدأت هذه الأبحاث توفر عنصرا مكملا هاما لأحد الأهداف التقليدية لعلم النفس المرتبط بالتساؤل حول: فهم التعاسة، الاكتئاب، القلق، والمشاعر غير السارة لدى الجنس البشري، ذلك بالإضافة للتوجه الإيجابي المتعلق بالرفاه الذاتي الناتج عن التجربة الشخصية للأفراد، والتي تشكل في حد ذاتها منظور يستحق الدراسة والبحث، وتعلق أساسا بالرضا عن الحياة:

“Life satisfaction refers to a judgmental process, in which individuals assess the quality of their lives on the basis of their own unique set of Criteria. A comparison of one’s perceived life circumstances with a self-imposed standard or set of standards is presumably made, and to the degree that conditions match these standards, the person reports high life satisfaction. Therefore, life satisfaction is a conscious cognitive judgment of one’s life in which the criteria for judgment are up to the person” (Diener, 2009, p: 102)

يُعد كل من Diener & al مصممي مقياس الرضا عن الحياة سنة 1985، بحيث تكوّن المقياس الأصلي من 48 بندا تُشكّل تقرير ذاتي للرضا عن الحياة بما في ذلك بنود لتقييم التأثير الإيجابي و السلبي، و قام الباحثون بعد ذلك بالتخلّص من معظم البنود والاحتفاظ بعشرة منها، ثم تم اختزال العدد بحجة "التشابه الدلالي" بينها، ليتم التوصل لخمس بنود (5) نهائية.

قام كل من Ellison, Steinfield and Lampe (2007) في دراستهم حول الفاييبوك بتصميم نسخة معدّلة لمقياس الرضا عن الحياة الأصلي الذي طوّره كل من (SWLS ; Diener, Suh, & Oishi, 1997) و (Pavot & Diener, 1993) وقد استخدم الباحثون هذا المقياس والذي يحمل مجموعة من البنود العامّة المتعلقة بالحياة كُليّةً

وليس بميدان بعينه، حتى يتسنى للمستجوبين تقييم و وزن حياتهم في ميادين مختلفة وهذا باعتمادهم على معاييرهم الشخصية في المقارنة ليتوصلوا لحكم عام لرضاهم عن حياتهم، فهي تشكل بذلك عملية حكمية معرفية cognitive judgement يمكن أن تُفسّر على أنها سيرورة يتداول من خلالها الشخص بين جوانب حياته الشخصية الجيدة والسيئة (van Beuningen, 2012, p : 5) وبذلك، لا يقيّم الأفراد حياتهم استنادا على معايير خارجة عن ذواتهم كالتالي يفرضها الباحثين أو المنظرين،

“The Satisfaction with Life Scale (SWLS; Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985) is a five-item scale that “is designed around the idea that one must ask subjects for an overall judgement of their life in order to measure the concept of life satisfaction” (Diener et al, 1985, p: 71-72)

من جانب آخر، أظهرت البنود مستويات عالية من الاتساق الداخلي والموثوقية الزمنية، وقد تمّ تصميم المقياس وفقا لنموذج likert الذي يحتوي على خمس إمكانيات للإجابة، تمتد من غير موافق تماما(1)، غير موافق(2)، متردد/غير متأكد(3) موافق(4)، موافق تماما(5).

■ صدق و ثبات المقياس:

ثبات المقياس:

يتمتع عامل "الرضا عن الحياة" بثبات متوسط، بحيث قدر معامل ألفا بـ 58.

صدق المقياس:

يتضح من خلال الجدول (15) أن كل بنود عامل "الرضا عن الحياة" تتمتع بارتباط جيد فيما بينها وكذلك مع الدرجة الكلية للعامل (المقياس) وتتراوح بين (56**) و (71**).

جدول (15) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "الرضا عن الحياة" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.

الرضا 5	الرضا 4	الرضا 3	الرضا 2	الرضا 1	
				1	الرضا 1
			1	14**	الرضا 2
		1	21**	28**	الرضا 3
	1	44**	24**	35**	الرضا 4
1	42**	32**	0.7	25**	الرضا 5
58**	71**	63**	67**	56**	الدرجة الكلية

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.01.

■ الثقة الاجتماعية: Social Trust

يرى عدد من الباحثين أن مفهوم الثقة الاجتماعية social trust يشكل عنصراً مفتاحياً لتكوين رأس المال الاجتماعي في حين يعتبره آخرون (Johnson & Jowell, 1999) فائدة أو نتاج له (Grenier & Wright, 2001, p: 15) ويرجع Qianhong Fu هذه العلاقة الوثيقة بين المفهومين جزئياً إلى الأصول والمصادر المماثلة التي يشتركان فيها (Fu, 2004, p: 2)

تم التعرض لمفهوم الثقة في العديد من الميادين البحثية كعلم الاجتماع (Helbing, 1994 ; Mollering 2002) علم النفس (Rotter 1967; Cook 2005) الاقتصاد (Granovetter 1985 ; Huang 2007) وعلم الحواسيب (المعلوماتية) (Maheswaran 2007 ; Hught 2005) وقد تم تصور المفهوم بأشكال مختلفة مع الاعتراف بأنه متعدد التخصصات، مع اعتماد مقاييس عديدة لقياسه، لكن يبقى مقياس Morris Rosenberg الأكثر استخداماً في الوقت الحالي خاصة في الدراسات التي تناولت استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي Social Networking Sites في علاقتها برأس المال الاجتماعي (Valenzuela, 2009)

يعدّ مقياس « The Faith in people » أو ما يعرف بـ « misanthropy scale » لصاحبه Rosenberg والذي طوّره عام 1956 أصل مقياس الثقة الاجتماعيّة، بحيث تقاس من خلاله درجة ثقة الفرد في وفاء و صدق وصلاح و كرم و أخويّة الناس بشكل عام (Robinson and others, 1991, p :404) وقد استخدم المقياس في العديد من الدراسات والمسوح الكبرى مع تعديلات طفيفة، بحيث قام معهد Servey Research Center بتكييفه سنة 1969 و أصبح يطلق عليه في الوقت الحالي « Social Trust Scale ».

تم قياس الثقة الاجتماعيّة باستخدام 6 بنود أساسيّة، وقد تمّ تصميم المقياس وفقاً لنموذج likert الذي يحتوي على خمس إمكانيّات للإجابة، تمتد من غير موافق تماماً(1)، غير موافق(2)، متردد/غير متأكد(3) موافق(4)، موافق تماماً(5).

■ صدق و ثبات المقياس:

ثبات المقياس:

يتمتع عامل "الثقة الاجتماعيّة" بثبات ضعيف، بحيث قدر معامل ألفا بـ 41.

صدق المقياس:

يتضح من خلال الجدول (16) أن كل بنود عامل "الثقة الاجتماعيّة" تتمتع بارتباط جيد فيما بينها وكذلك مع الدرجة الكلية للعامل (المقياس) وتتراوح بين (**31) و (**65).

جدول (16) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "الثقة الاجتماعية" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.

الثقة 1	الثقة 2	الثقة 3	الثقة 4	الثقة 5	الثقة 6	
الثقة 1						
الثقة 2	0.33					
الثقة 3	0.72	1				
الثقة 4	-0.18**	0.10*	-0.78	1		
الثقة 5	0.24**	0.92	-0.43**	-0.30	1	
الثقة 6	-0.01	0.19**	0.13**	0.25**	0.01	1
الدرجة الكلية	0.48**	0.46**	0.63**	0.31**	0.65**	0.50**

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.001.

*ارتباطات دالة عند مستوى دلالة 0.005.

■ تقدير الذات: Self-Esteem

يذكر الباحثون بأن مفهوم "الذات" Soi أو Self قد عرف اهتماما كبيرا خاصة ضمن ميدان علم النفس , (Baldwin, 1897 ; Cooley, 1902 ; Harter, 1983 ; James, 1963 ; Mead, 1934 ; Rosenberg , 1987 ; 1986 ; 1979 ; 1965) كما أشار Ostrow بأن سنة 1982 عرفت نشر أكثر من 7 آلاف مقال علمي حول مفهوم الذات ويمثل مفهوم تقدير الذات حوالي 90 بالمائة منها، ويؤكد Rosenberg على أهمية تقدير الذات العالي لدى الأفراد ويرى أنه:

« *L'estime de soi élevée est un indicateur d'acceptation, de tolérance et de satisfaction personnelle a l'égard de soi tout en excluant les sentiments de supériorité et de perfection. De plus, l'estime de soi élevée implique le respect pour soi-même* »

(Vallieres, 1990, p : 306)

قدم Rosenberg أداة لقياس تقدير الذات تعرف بـ Rosenberg's Self-Esteem Scale (RSE) 1965 يضم المقياس الأصلي 10 بنود،

“The popularity of the 10-item RSES has been due, in part, to its long history of use, its uncomplicated language, and its brevity (it takes only 1 or 2 min to complete). In addition, the RSES displays a transparent one-dimensional factor structure”
(Schmitt, 2005, p: 623)

صمم المقياس على أساس مقارنة Guttman وهو مقياس ذو بعد واحد تم بناءه على أساس تصميم فينوميولوجي للمفهوم (Vallieres, 1990, p : 307) يسمح بالتقاط التصور العام للموضوعات بالإضافة لقيمتها ، ويتميز بأنه مختصر بالإضافة لكلية البنود التي تستند على تقييم عام للأحاسيس الإيجابية أو السلبية التي يشعر بها المبحوث، وقد اشتهر المقياس بشكل كبير وتم استخدامه على نحو واسع في الدراسات والبلدان الانجلوساكسونية، كما ترجم لعدة لغات واختبر في ثقافات أخرى،

“This finding provides evidence of the structural equivalence of global self-esteem across cultures, supporting the notion that a person’s overall evaluation of self-worth is a universally quantifiable human characteristic” (Schmitt, 2005, p: 637)

استخدمنا في هذا البحث نسخة معدلة عن مقياس Rosenberg يضم 7 بنود بدلا عن 10، اعتمدها (Ellison, 2006 ; 2007 ; Steinfield, 2008 ; Kraut and Marlow, 2011) وصمم وفقا لنموذج likert الذي يحتوي على خمس إمكانيات للإجابة، تمتد من غير موافق تماما(1)، غير موافق(2)، متردد/غير متأكد(3) موافق(4)، موافق تماما(5).

■ صدق و ثبات المقياس:

ثبات المقياس:

يتمتع عامل "تقدير الذات" بثبات جيد، بحيث قدر معامل ألفا بـ 71.

صدق المقياس:

يتضح من خلال الجدول (17) أن كل بنود عامل "تقدير الذات" تتمتع بارتباط جيد فيما بينها وكذلك مع الدرجة الكلية للعامل (المقياس) وتتراوح بين (52**) و (71**).

جدول (17) يبين معاملات الارتباط بين بنود عامل "تقدير الذات" وبينها و بين الدرجة الكلية للعامل.

تقدير الذات 7	تقدير الذات 6	تقدير الذات 5	تقدير الذات 4	تقدير الذات 3	تقدير الذات 2	تقدير الذات 1	
						1	تقدير الذات 1
					1	53**	تقدير الذات 2
				1	0.08	0.68	تقدير الذات 3
			1	0.71	30**	34**	تقدير الذات 4
		1	0.66	44**	15**	13**	تقدير الذات 5
	1	25**	31**	17**	40**	42**	تقدير الذات 6
1	57**	23**	29**	22**	34**	30**	تقدير الذات 7
68**	71**	58**	53**	52**	62**	62**	الدرجة الكلية

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.01.

الفصل الرابع:

العرض الاحصائي و تحليل النتائج

All truths are easy to understand once they are discovered; the point is to discover them"

Galileo Galilei

1- التحليل الوصفي لمقاييس البحث:

يعتبر توزيع القيم بالنسبة للإحصاء البارامتري، من أولى المسائل التي ينبغي الاعتناء بها، و الانتباه إليها في مختلف الدراسات الاحصائية، لأن إمكانية التحليل المعطيات فيما بعد يتوقف عليها، خاصة بالنسبة للمتغيرات التي تتوزع توزيعاً طبيعياً نسبياً، أو المتغيرات التي تقع ضمن مستوى المسافات المنتظمة.

ولا نقصد بالتوزيع الطبيعي للمتغيرات أن تكون النتائج و المستويات ترتيبية من الأسفل إلى الأعلى فقط، و لكن أن تكون نسب النتائج موزعة توزيعاً طبيعياً نسبياً، و منه نعتبر "سلم ليكارت" الذي يمتد من موافق تماماً إلى غير موافق تماماً، طبيعياً، إذا كان توزيع نسبه توزيعاً طبيعياً نسبياً، كما أنه لا يمكن التأكد من التوزيع الطبيعي للعينة إلا بعد "جمع البيانات و التحليل الأولي لها كما يشير Leech and al .

■ التحليل الوصفي لمقاييس دوافع استخدام الفايسبوك:

يوضح الجدول (18) انه على العموم جاء توزيع بنود مقياس دوافع استخدام الفايسبوك موزعاً توزيعاً طبيعياً نسبياً، بحيث تراوحت متوسطاتها بين 2.15 و 3.90 ، و في نفس الاتجاه، ظهرت الانحرافات المعيارية للبنود بين 1.06 و 2.36 و هذا يعني أن تشتت العينة ضعيف، و أنها تتجه نحو الاعتدال الطبيعي، و منه يمكننا القول أن توزيع بنود المقياس هو توزيع طبيعي نسبياً.

فيما يتعلق بالتواء، فإن معظم البنود تحقق شرط كونها أصغر من $1+1$ - باستثناء بعض البنود، و عليه يمكن القول أن بنود مقياس دوافع استخدام الفايسبوك تتوزع توزيعاً طبيعياً نسبياً.

جدول (18) نتائج بنود مقياس دوافع استخدام الفايبيوك

البنود	المتوسط	الانحراف المعياري	الالتواء	التفرطح
دافع 1	3.69	1.13	1.21-	0.77
دافع 2	3.72	1.07	1.12-	0.67
دافع 3	3.15	1.23	0.29-	1.08-
دافع 4	3.40	1.18	0.64-	0.62-
دافع 5	3.56	1.13	0.74-	0.25-
دافع 6	3.80	1.89	9.84	159.64
دافع 7	3.40	1.21	0.58-	0.74-
دافع 8	3.90	0.97	1.05-	0.82
دافع 9	2.49	1.25	0.49-	0.93-
دافع 10	2.92	1.25	0.02-	1.24-
دافع 11	3.49	1.32	0.61-	0.88-
دافع 12	2.39	1.27	0.70	0.67-
دافع 13	2.83	1.28	1.70	1.19-
دافع 14	2.48	1.26	0.54	0.88-
دافع 15	3.17	1.30	-0.35	1.15-
دافع 16	3.37	1.15	0.63-	0.45-
دافع 17	2.15	1.14	0.90	0.14-
دافع 18	3.45	1.23	0.56-	0.80-
دافع 19	3.22	1.28	0.36-	1.09-
دافع 20	2.50	1.24	0.41	0.93-
دافع 21	2.65	1.25	0.27	1.11-
دافع 22	3.93	0.95	1.28-	1.64
دافع 23	4.24	0.79	1.61-	0.88-
دافع 24	4.29	0.82	1.55-	3.01
دافع 25	2.75	1.26	0.20	1.19-
دافع 26	3.34	2.36	12.64	218.24
دافع 27	3.62	1.06	0.97-	0.33
دافع 28	3.82	1.08	1.22-	0.94
دافع 29	3.74	1.45	5.39	76.80
دافع 30	3.34	1.32	0.40-	1.11-

جدول (19) يمثل نتائج عوامل مقياس دوافع استخدام الفايسبوك

العوامل	المتوسط	الانحراف المعياري	الالتواء	التفرطح
الاسترخاء	17.54	4.42	-0.73	0.46
المعلومات التعبيرية	16.53	4.04	0.62	4.75
الهروبية	8.72	3.13	0.19	-0.61
توجه جديد	8.00	2.72	0.47	-0.18
الرفقة	9.85	3.19	-0.28	-0.73
التقدم المهني	9.08	2.55	0.16	-0.06
التفاعل الاجتماعي	8.53	1.45	-1.38	3.41
تمضية الوقت	17.28	4.69	1.36	15.15
التعرف على أشخاص جدد	3.34	1.32	-0.40	-1.11

يبين الجدول (19) أن عوامل مقياس دوافع استخدام الفايسبوك تتوزع بصفة طبيعية نسبية، وجاءت نتائجها على النحو التالي: عامل الاسترخاء (المتوسط=17.54 ، الانحراف المعياري=4.42 ، الالتواء=-0.73 ، التفرطح=0.46) و عامل المعلومات التعبيرية (المتوسط=16.53 ، الانحراف المعياري=4.04 ، الالتواء=0.62 ، التفرطح=4.75) في حين أن الهروبية كانت (المتوسط=8.72 ، الانحراف المعياري=3.13 ، الالتواء=0.19 ، التفرطح=-0.61) وعامل توجه جديد فجاءت نتيجته (المتوسط=8.00 ، الانحراف المعياري=2.72 ، الالتواء=0.47 ، التفرطح=-0.18) بالإضافة الى الرفقة (المتوسط=9.85 ، الانحراف المعياري=3.19 ، الالتواء=-0.28 ، التفرطح=-0.73) في حين أن عامل التقدم المهني (المتوسط=9.08 ، الانحراف المعياري=2.55 ، الالتواء=0.16 ، التفرطح=-0.06) و التفاعل الاجتماعي (المتوسط=8.53 ، الانحراف المعياري=1.45 ، الالتواء=-1.38 ، التفرطح=3.41) أما بالنسبة لعامل تمضية الوقت فقد كانت نتائجه (المتوسط=17.28 ، الانحراف المعياري=4.69 ، الالتواء=1.36 ، التفرطح=15.15) هذا بالإضافة لعامل التعرف على أشخاص جدد (المتوسط=3.34 ، الانحراف المعياري=1.32 ، الالتواء=-0.40 ، التفرطح=-1.11).

■ التحليل الوصفي لمقياس كثافة استخدام الفاييسوك:

يوضح الجدول (20) انه على العموم جاء توزيع بنود مقياس دوافع استخدام الفاييسوك موزعا توزيعا طبيعيًا نسبيًا، بحيث تراوحت متوسطاتها بين 2.78 و 4.91 ، و في نفس الاتجاه، ظهرت الانحرافات المعيارية للبنود بين 1.24 و 2.59 و هذا يعني أن تشتت العينة ضعيف، و أنها تتجه نحو الاعتدال الطبيعي، ومنه يمكننا القول أن توزيع بنود المقياس هو توزيع طبيعي نسبيًا.

فيما يتعلق بالالتواء، فإن معظم البنود تحقق شرط كونها أصغر من $1/1$ - باستثناء بعض البنود، وعليه يمكن القول أن بنود مقياس دوافع استخدام الفاييسوك تتوزع توزيعا طبيعيًا نسبيًا.

جدول (20) يبين نتائج بنود مقياس كثافة استخدام الفاييسوك

المتوسط	الانحراف المعياري	الالتواء	التفرطح	
4.53	2.59	0.55	1.00-	عدد الاصدقاء
4.91	1.90	0.46-	0.94-	الوقت المقضي
3.21	1.24	0.33-	1.07-	الارتباط 1
2.78	1.29	0.15	1.19-	الارتباط 2
3.38	1.24	0.53-	0.88-	الارتباط 3
2.90	1.36	0.05	1.33-	الارتباط 4
3.18	1.26	0.36-	1.03-	الارتباط 5
3.10	1.42	0.17-	1.36-	الارتباط 6

■ التحليل الوصفي لمقياس استخدام ميزات الفايسبوك:

يوضح الجدول (21) انه على العموم جاء توزيع بنود مقياس دوافع استخدام الفايسبوك موزعا توزيعا طبيعيًا نسبيًا، بحيث تراوحت متوسطاتها بين 3.03 و 3.68 ، و في نفس الاتجاه، ظهرت الانحرافات المعيارية للبنود بين 1.13 و 1.28 و هذا يعني أن تشتت العينة ضعيف، و أنها تتجه نحو الاعتدال الطبيعي، ومنه يمكننا القول أن توزيع بنود المقياس هو توزيع طبيعي نسبيًا.

فيما يتعلق بالالتواء، فإن معظم البنود تحقق شرط كونها أصغر من $-1/+1$ باستثناء بعض البنود، وعليه يمكن القول أن بنود مقياس دوافع استخدام الفايسبوك تتوزع توزيعا طبيعيًا نسبيًا.

البنود	المتوسط	الانحراف المعياري	الالتواء	التفرطح
تحديث الوضع	3.04	1.24	0.25-	1.07-
استخدام التعليقات	3.03	1.19	0.51-	0.74-
الكتابة على حائط	3.33	1.13	0.31-	1.03-
الرسائل الخاصة	3.18	1.22	0.88-	0.09-
الدردشة	3.63	1.16	0.96-	0.09-
استخدام المجموعات	3.68	1.21	0.32-	1.13-
استخدام التطبيقات	3.22	1.28	0.18-	1.06-

جدول(21) يبين بنود/عوامل مقياس استخدام ميزات الفايسبوك

■ التحليل الوصفي لمقياس رأس المال الاجتماعي:

يوضح الجدول (22) انه على العموم جاء توزيع بنود مقياس رأس المال الاجتماعي موزعا توزيعا طبيعيًا نسبيًا، بحيث تراوحت متوسطاتها بين 0.93 و 4.09 ، و في نفس الاتجاه، ظهرت الانحرافات المعيارية للبنود بين 0.88

و 2.28 و هذا يعني أن تشتت العينة ضعيف، و أنها تتجه نحو الاعتدال الطبيعي، ومنه يمكننا القول أن توزيع بنود المقياس هو توزيع طبيعي نسبيًا.

جدول (22) يبين نتائج بنود مقياس رأس المال الاجتماعي

البنود	المتوسط	الانحراف المعياري	الالتواء	التفرطح
الرضا 1	3.07	1.15	0.16-	0.91-
الرضا 2	3.56	2.28	13.90	247.83
الرضا 3	3.79	1.11	1.07-	0.56
الرضا 4	3.16	1.21	0.20-	0.98-
الرضا 5	2.71	1.31	0.23	1.18-
الثقة 1	2.35	1.15	0.54	0.56-
الثقة 2	2.20	1.01	1.00	0.77
الثقة 3	2.72	1.09	0.09	0.72-
الثقة 4	2.78	1.22	0.38	0.95-
الثقة 5	2.92	1.13	0.16-	0.86-
الثقة 6	2.15	1.01	0.81	0.29
تقدير الذات 1	3.87	.092	1.23-	1.88
تقدير الذات 2	3.97	.088	1.243-	2.14
تقدير الذات 3	3.82	1.09	0.82-	0.02-
تقدير الذات 4	3.90	0.93	0.80-	0.43
تقدير الذات 5	3.47	1.23	0.36-	1.02-
تقدير الذات 6	.093	0.97	1.24-	1.57
تقدير الذات 7	4.09	0.98	1.37-	1.82

يبين الجدول (23) أن عوامل مقياس رأس المال الاجتماعي تتوزع بصفة طبيعية نسبياً، وجاءت نتائجها على النحو التالي: الرضا عن الحياة: المتوسط = (16.32) ، الانحراف المعياري = (4.54) ، الالتواء = (1.48) ، التفرطح = (15.33) أما الثقة الاجتماعية: المتوسط = (15.14) ، الانحراف المعياري = (3.36) ، الالتواء = (-0.25) ، التفرطح = (-0.05) في حين أن تقدير الذات: المتوسط = (27.09) ، الانحراف المعياري = (4.30) ، الالتواء = (-0.53) ، التفرطح = (0.30)

جدول (23) يبين نتائج عوامل مقياس رأس المال الاجتماعي

العوامل	المتوسط	الانحراف المعياري	الالتواء	التفرطح
الرضا عن الحياة	16.32	4.54	1.48	15.33
الثقة الاجتماعية	15.14	3.36	-0.25	-0.05
تقدير الذات	27.09	4.30	-0.53	0.30

2- دراسة علاقات الارتباط:

يتوجب على الباحث ضمن اجراءات البحوث الكمية توضيح وإثبات علاقات الارتباط بين مكونات أدوات بحثه المرتبطة أساساً بمفاهيمه البحثية كمرحلة أولى، ذلك حتى يتسنى له المرور الى مسائل أعقد تشمل علاقات الارتباط بين متغيراته المشكلة للفرضيات التي أسس لها، ويرى Bold بأن الهدف من دراسة الارتباط هو اثبات امكانية وجود علاقات ارتباط بين متغيرين أو أكثر (Williams, 2007, p : 67)، يلجأ إليها المحقق بهدف الوصول لدرجة الارتباط احصائياً، ويشرح ذلك Creswell على نحو أفضل قائلاً:

“Correlational designs provide an opportunity for you to predict scores and explain the relationship among variables. In Correlational research designs, investigators use the correlation statistical test to describe and measure the degree of association (or relationship) between two or more variables or sets of scores” (Creswell, 2008, p: 338)

وعليه سنتعرض أولا فيما يأتي لقراءة نتائج علاقات الارتباط بين عوامل أدواتنا البحثية:

■ دراسة علاقات الارتباط بين عوامل مقياس دوافع استخدام الفايسبوك:

بعد تحليل بنود مقياس دوافع استخدام الفايسبوك وإظهار نتائجها والتأكد من صدقها وثباتها، أبرزت معاملات ارتباط "بيرسون ذو ذيلين" Pearson بأن العوامل المكونة لمقياس دوافع الاستخدام تترابط فيما بينها جميعا عند مستوى دلالة 0.01 باستثناء حالة واحدة فقط، ونجد أن:

دافع "الترفيه للاسترخاء" له علاقة طردية مع ارتباط موجب مع العوامل التالية: دافع تقاسم المعلومات ($p = 0.01$ ، $r = 0.38$) ، دافع الهروبية ($p = 0.01$ ، $r = 0.38$) ، دافع توجه جديد ($p = 0.01$ ، $r = 0.48$) ، الرفقة ($p = 0.01$ ، $r = 0.41$) ، الترقية المهنية ($p = 0.01$ ، $r = 0.26$) ، التفاعل الاجتماعي ($p = 0.01$ ، $r = 0.19$) ، تمضية وقت الفراغ ($p = 0.01$ ، $r = 0.42$) ، التعرف على أشخاص جدد ($p = 0.01$ ، $r = 0.34$) . كما أن دافع "تقاسم المعلومات" له علاقة ارتباط موجبة مع العوامل التالية: الهروبية ($p = 0.01$ ، $r = 0.16$) ، توجه جديد ($p = 0.01$ ، $r = 0.42$) ، الرفقة ($p = 0.01$ ، $r = 0.32$) ، الترقية المهنية ($p = 0.01$ ، $r = 0.45$) ، التفاعل الاجتماعي ($p = 0.01$ ، $r = 0.15$) ، تمضية أوقات الفراغ ($p = 0.01$ ، $r = 0.23$) ، التعرف على اشخاص جدد ($p = 0.01$ ، $r = 0.32$) . من جانب آخر نجد أن دافع "الهروبية" له ارتباط موجب مع العوامل التالية: توجه جديد ($p = 0.01$ ، $r = 0.41$) ، الرفقة ($p = 0.01$ ، $r = 0.43$) ، الترقية المهنية ($p = 0.01$ ، $r = 0.19$) ، التفاعل الاجتماعي ($p = 0.01$ ، $r = 0.16$) ، تمضية أوقات الفراغ ($p = 0.01$ ، $r = 0.38$) ، التعرف على اشخاص جدد ($p = 0.01$ ، $r = 0.20$) . ويتضح أيضا أن دافع "توجه جديد" له علاقة ارتباط موجبة مع العوامل التالية: الرفقة ($p = 0.01$ ، $r = 0.53$) ، الترقية المهنية ($p = 0.01$ ، $r = 0.41$) ، التفاعل الاجتماعي ($p = 0.01$ ، $r = 0.08$) ، تمضية أوقات الفراغ ($p = 0.01$ ، $r = 0.41$) ، التعرف على اشخاص جدد ($p = 0.01$ ، $r = 0.36$) . أيضا دافع "الرفقة" له ارتباط موجب مع العوامل التالية: الترقية المهنية ($p = 0.01$ ، $r = 0.27$) ، التفاعل الاجتماعي ($p = 0.01$ ، $r = 0.26$) ، تمضية أوقات الفراغ ($p = 0.01$ ، $r = 0.46$) ، التعرف على أشخاص جدد ($p = 0.01$ ، $r = 0.40$) . كما أن دافع "الترقية المهنية" له ارتباط موجب مع العوامل التالية: التفاعل الاجتماعي ($p = 0.01$ ، $r = 0.28$) ، تمضية أوقات الفراغ ($p = 0.01$ ، $r = 0.23$) ، التعرف على أشخاص جدد ($p = 0.01$ ، $r = 0.31$) . على مستوى آخر ظهر أن دافع "التفاعل الاجتماعي" له ارتباط موجب مع العوامل التالية: تمضية أوقات الفراغ ($p = 0.01$ ، $r = 0.20$) ، التعرف على اشخاص جدد ($p = 0.01$ ، $r = 0.21$) .

ويظهر الجدول أيضا أن دافع "تمضية أوقات الفراغ" له ارتباط موجب مع العوامل التالية: التعرف على أشخاص جدد (r=.25 ، p = 0.01). وعليه اثبتت النتائج ترابط العوامل فيما بينها باستثناء حالة واحدة بين عامل "توجه جديد" و عامل "التفاعل الاجتماعي".

جدول (24) يوضح علاقات الارتباط بين عوامل مقياس دوافع استخدام الفايسبوك

التعرف على اشخاص جدد	تمضية اوقات الفراغ	التفاعل الاجتماعي	الترقية المهنية	الرفقة	توجه جديد	الهروبية	تقاسم المعلومات	الترفيه للاسترخاء
.343**	.423**	.197**	.260**	.419**	.487**	.387**	.388**	1
.321**	.232**	.150**	.458**	.321**	.423**	.162**	1	.388**
.205**	.381**	.164**	.196**	.439**	.417**	1	.162**	.387**
.368**	.414**	.089	.418**	.531**	1	.417**	.423**	.487**
.405**	.460**	.266**	.277**	1	.531**	.439**	.321**	.419**
.318**	.233**	.283**	1	.277**	.418**	.196**	.458**	.260**
.219**	.204**	1	.283**	.266**	.089	.164**	.150**	.197**
.257**	1	.204**	.233**	.460**	.414**	.381**	.232**	.423**
1	.257**	.219**	.318**	.405**	.368**	.205**	.321**	.343**

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.001.

■ علاقات الارتباط بين عوامل مقياس كثافة استخدام الفايسبوك:

بعد تحليل بنود مقياس كثافة استخدام الفايسبوك وإظهار نتائجها والتأكد من صدقها وثباتها، أبرزت معاملات ارتباط "بيرسون ذو ذيلين" Pearson بأن العوامل المكونة لمقياس كثافة الاستخدام تترابط فيما بينها جميعاً دون استثناء عند مستوى دلالة 0.01 ، ونجد أن: عامل "عدد الأصدقاء" له ارتباط موجب مع العوامل التالية: الوقت المقضي (r=.32 ، p = 0.01) ، الارتباط النفسي (r=.28 ، p = 0.01). في حين أن عامل "الوقت المقضي" له ارتباط موجب مع العوامل التالية: عدد الأصدقاء (r=.32 ، p = 0.01) ، الارتباط النفسي (r=.53 ، p = 0.01). أما بالنسبة لعامل "الارتباط النفسي" فتبرز النتائج أن له ارتباط موجب مع العوامل التالية: عدد الأصدقاء (p = 0.01 ، r=.53).

جدول (25) يوضح علاقات الارتباط بين عوامل مقياس كثافة استخدام الفايسبوك

عدد الأصدقاء	الوقت المقضي	الارتباط النفسي
1	.32**	.28**
.32**	1	.53**
.28**	.53**	1

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.01.

■ علاقات الارتباط بين عوامل مقياس استخدام ميزات الفايسبوك:

بنفس الطريقة، وبعد تحليل بنود مقياس استخدام ميزات الفايسبوك وإظهار نتائجها والتأكد من صدقها وثباتها، أبرزت معاملات ارتباط "بيرسون ذو ذيلين" Pearson بأن العوامل المكونة لمقياس استخدام الميزات تترابط فيما بينها جميعاً دون استثناء عند مستوى دلالة 0.01 ، ونجد أن:

عامل "تحديث الوضع" له ارتباط موجب مع العوامل التالية: التعليقات (r=.27 ، p = 0.01) ، الكتابة على الجدار (r=.22 ، p = 0.01) ، الرسائل الخاصة (r=.25 ، p = 0.01) ، الدردشة (r=.18 ، p = 0.01) المجموعات (r=.18 ، p = 0.01) ، التطبيقات (r=.23 ، p = 0.01). كما أن عامل "التعليقات" له ارتباط موجب مع العوامل التالية: الكتابة على الجدار (r=.33 ، p = 0.01) ، الرسائل الخاصة (r=.21 ، p = 0.01) ، الدردشة (r=.19 ، p = 0.01) ، المجموعات (r=.23 ، p = 0.01) ، التطبيقات (r=.21 ، p = 0.01).

في حين أن عامل "الكتابة على الجدار" له ارتباط موجب مع العوامل التالية: الرسائل الخاصة (p = 0.01) ، (r=.32 ، p = 0.01) ، الدردشة (r=.27 ، p = 0.01) ، المجموعات (r=.30 ، p = 0.01) ، التطبيقات (r=.27 ، p = 0.01) ، كما أن عامل "الرسائل الخاصة" له علاقة ارتباط موجبة مع العوامل التالية: الدردشة (r=.37 ، p = 0.01) ، المجموعات (r=.25 ، p = 0.01) ، التطبيقات (r=.28 ، p = 0.01).

أيضا، نجد أن عامل "الدردشة" له ارتباط موجب مع العوامل التالية: المجموعات (r=.27 ، p = 0.01) ، التطبيقات (r=.32 ، p = 0.01) ، أيضا عامل "المجموعات" له ارتباط موجب مع العوامل التالية: التطبيقات (r=.36 ، p = 0.01).

جدول (26) يوضح علاقات الارتباط بين عوامل مقياس استخدام ميزات الفيسبوك

التطبيقات	المجموعات	الدردشة	الرسائل الخاصة	الكتابة على الجدار	التعليقات	تحديث الوضع	
						1	تحديث الوضع
					1	.27**	التعليقات
				1	.33**	.22**	الكتابة على الجدار
			1	.32**	.21**	.25**	الرسائل الخاصة
		1	.37**	.27**	.19**	.18**	الدردشة
	1	.27**	.25**	.30**	.23**	.18**	المجموعات
1	.36**	.32**	.28**	.27**	.21**	.23**	التطبيقات

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.01.

■ علاقات الارتباط بين عوامل رأس المال الاجتماعي:

بعد أن قمنا بتحليل بنود مقياس رأس المال الاجتماعي وإظهار نتائجها والتأكد من صدقها وثباتها، أبرزت معاملات ارتباط "بيرسون ذو ذيلين" Pearson النتائج الآتية:

يبين الجدول أن عامل "الرضا عن الحياة" له ارتباط موجب ما يدل على وجود علاقة عكسية مع العوامل التالية: الثقة الاجتماعية ($r=.19, p=0.01$) و تقدير الذات ($r=.31, p=0.01$). في حين لا توجد علاقة بين عامل الثقة الاجتماعية و "تقدير الذات".

جدول (27) يوضح علاقات الارتباط بين عوامل مقياس رأس المال الاجتماعي

تقدير الذات	الثقة الاجتماعية	الرضا عن الحياة	
.31**	.19**	1	الرضا عن الحياة
.20-	1	.19**	الثقة الاجتماعية
1	.20-	.31**	تقدير الذات

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.01.

■ العلاقة بين دوافع استخدام الفايسبوك و كثافة استخدامه - الاستخدام العام- (الفرضية الأولى):

تجدر الإشارة في المستهل أننا شكلنا فرضيات بحثنا انطلاقاً من تصورنا لبعض العلاقات المحتملة بين مفاهيمنا البحثية، والتي أسسنا لها باعتبارها مراحل يمكن أن تكون متتالية:

- تشكل المرحلة الأولى: مرحلة ما قبل الاستخدام، ويشير إليها مفهوم "الدوافع".
- تشكل المرحلة الثانية: مرحلة الاستخدام، ويشير إليها مفهوم "كثافة الاستخدام" (الاستخدام العام) ودعمناه بمفهوم "استخدام الميزات" من أجل فهم أفضل.

■ تشكل المرحلة الثالثة: مرحلة ما بعد الاستخدام، يشير اليها مفهوم "رأس المال الاجتماعي" الذي يمكن أن يمثل نتائج الاستخدام.

نفترض أن تؤدي مجموعة من الدوافع (9 دوافع أساسية) الى تحفيز سلوك المستخدم لاستخدام الفايسبوك في وضعيته، الاولى: كثافة استخدام الفايسبوك (الوقت المقتضي، عدد الاصدقاء، الارتباط النفسي بالوسيلة) والثانية: استخدام ميزات الفايسبوك (7 ميزات أساسية)، يفترض أن هذين النمطين من الاستخدام قد يؤديان الى نتائج معينة نعبر عنها بتراكم رأس المال الاجتماعي بعوامله الثلاثة (الرضا عن الحياة-الثقة الاجتماعية-تقدير الذات). من منطلق ما سبق، نختبر فرضيات بحثنا الواحدة تلو الأخرى.

■ علاقة دوافع الاستخدام بمفهوم كثافة استخدام الفايسبوك (بعوامله الثلاثة مجتمعة):

أظهرت نتائج علاقات الارتباط بين مفهوم الدوافع بعوامله التسعة منفصلة مع مفهوم كثافة الاستخدام بعوامله الثلاثة مجتمعة (عدد الاصدقاء- الوقت المقتضي- الارتباط النفسي) ما يلي:

جدول (28) يوضح علاقات الارتباط بين عوامل مقياس الدوافع و مفهوم كثافة استخدام الفايسبوك

عوامل مقياس الدوافع	كثافة استخدام الفايسبوك (الاستخدام العام)
الترفيه للاسترخاء	.48**
تقاسم المعلومات	.31**
الهروبية	.38**
توجه جديد	.46**
الرفقة	.38**
الترقية المهنية	.40**
التفاعل الاجتماعي	.26**
تمضية وقت الفراغ	.41**
التعرف على اشخاص جدد	.39**

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.01

بينت النتائج أن "كثافة استخدام الفايسبوك" لها ارتباط موجب مع "دافع الترفيه للاسترخاء" ($r=.48, p=0.01$) ومع "دافع تقاسم المعلومات" ($r=.31, p=0.01$) وكذلك مع "دافع الهروبية" ($r=.38, p=0.01$) و "دافع توجه جديد" ($r=.46, p=0.01$) بالإضافة "لدافع الرفقة" ($r=.38, p=0.01$) كما له ارتباط موجب مع "دافع الترقية المهنية" ($r=.40, p=0.01$) و دافع التفاعل الاجتماعي" ($r=.26, p=0.01$) وأيضا مع "دافع تمضية الوقت" ($r=.41, p=0.01$) وأخيرا مع "دافع التعرف على اشخاص جدد" ($r=.41, p=0.01$)

انطلاقا من النتائج السابقة، ومن أجل التعرف على علاقة الدوافع بكثافة الاستخدام بشكل أحسن، قررنا التعمق أكثر بتفكيك مفهوم كثافة الاستخدام الى عوامله الثلاثة (عدد الأصدقاء، الوقت المقضي، الارتباط النفسي) وتوصلنا للنتائج المبينة في الجدول رقم (29) الآتي:

جدول (29) يبين نتائج علاقات الارتباط بين عوامل مقياس الدوافع مع عوامل مقياس كثافة استخدام الفايسبوك

الارتباط النفسي	الوقت المقضي	عدد الأصدقاء	
48**	30**	21**	الترفيه للاسترخاء
33**	.03	20**	تقاسم المعلومات
39**	27**	12**	الهروبية
49**	18**	22**	توجه جديد
42**	22**	10*	الرفقة
41**	17**	21**	الترقية المهنية
22**	24**	14**	التفاعل الاجتماعي
43**	25**	14**	تمضية وقت الفراغ
38**	15**	27**	التعرف على اشخاص جدد

*ارتباطات دالة عند مستوى 0.05

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.001

بينت النتائج أن هناك:

- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين "دافع الترفيه للاسترخاء" مع عامل "عدد الأصدقاء" ($r=.21, p=0.01$) و مع عامل "الوقت المقتضي" ($r=.30, p=0.01$) وكذلك مع عامل "الارتباط النفسي" ($r=.48, p=0.01$)
- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين "دافع تقاسم المعلومات" مع عامل "عدد الأصدقاء" ($r=.20, p=0.01$) و مع عامل "الارتباط النفسي" ($r=.33, p=0.01$)
- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين "الهروبية" مع عامل "عدد الأصدقاء" ($r=.12, p=0.01$) و مع عامل "الوقت المقتضي" ($r=.27, p=0.01$) وكذلك مع عامل "الارتباط النفسي" ($r=.39, p=0.01$)
- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين "دافع توجه جديد" مع عامل "عدد الأصدقاء" ($r=.22, p=0.01$) و مع عامل "الوقت المقتضي" ($r=.18, p=0.01$) وكذلك مع عامل "الارتباط النفسي" ($r=.49, p=0.01$)
- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين "دافع الرفقة" مع عامل "عدد الأصدقاء" ($r=.10, p=0.05$) و مع عامل "الوقت المقتضي" ($r=.22, p=0.01$) وكذلك مع عامل "الارتباط النفسي" ($r=.42, p=0.01$)
- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين "دافع الترقية المهنية" مع عامل "عدد الأصدقاء" ($r=.21, p=0.01$) و مع عامل "الوقت المقتضي" ($r=.17, p=0.01$) وكذلك مع عامل "الارتباط النفسي" ($r=.41, p=0.01$)
- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين "دافع التفاعل الاجتماعي" مع عامل "عدد الأصدقاء" ($r=.14, p=0.01$) و مع عامل "الوقت المقتضي" ($r=.24, p=0.01$) وكذلك مع عامل "الارتباط النفسي" ($r=.22, p=0.01$)
- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين "دافع تمضية وقت الفراغ" مع عامل "عدد الأصدقاء" ($r=.14, p=0.01$) و مع عامل "الوقت المقتضي" ($r=.25, p=0.01$) وكذلك مع عامل "الارتباط النفسي" ($r=.43, p=0.01$)
- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين "دافع التعرف على اشخاص جدد" مع عامل "عدد الأصدقاء" ($r=.27, p=0.01$) و مع عامل "الوقت المقتضي" ($r=.15, p=0.01$) وكذلك مع عامل "الارتباط النفسي" ($r=.38, p=0.01$)

■ العلاقة بين دوافع استخدام الفايسبوك و استخدام الميزات (الفرضية الثانية):

حاولنا من خلال وضع هذه الفرضية أن نعرف ما اذا كانت هناك علاقة بين دوافع استخدام الفايسبوك واستخدام ميزات الفايسبوك، ذلك للتوصل لفهم أفضل لاستخدامات الفايسبوك بتجاوز الاقتصار على البحث في الاستخدام العام، وتوصلنا الى وجود علاقة موجبة بين دوافع استخدام الفايسبوك التسعة (9) مع مفهوم استخدام ميزات الفايسبوك كما يبينه الجدول بشكل واضح:

جدول (30) يبين علاقات الارتباط بين عوامل مقياس الدوافع و مفهوم ميزات استخدام الفايسبوك

استخدام ميزات الفايسبوك	
39**	الترفيه للاسترخاء
34**	تقاسم المعلومات
29**	الهروبية
34**	توجه جديد
33**	الرفقة
38**	الترقية المهنية
31**	التفاعل الاجتماعي
32**	تمضية وقت الفراغ
31**	التعرف على اشخاص جدد

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.01.

كنخطوة مكتملة، ولخدمة هدفنا الأساسي، ارتأينا التفصيل أكثر في موضوع استخدام ميزات الفايسبوك وذلك بتفكيكها واستخراج عواملها السبعة (7) وبحث علاقتها بدوافع الاستخدام التسعة (9)، وقد توصلنا للنتائج الآتية كما يبينها الجدول (31):

◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين دافع "الترفيه للاسترخاء" وميزة تحديث الوضع ($r=.21, p=0.01$)، التعليقات ($r=.32, p=0.01$) الكتابة على الجدار ($r=.27, p=0.01$) الرسائل الخاصة ($r=.23, p=0.01$) الدردشة ($r=.18, p=0.01$) المجموعات ($r=.23, p=0.01$) التطبيقات ($r=.24, p=0.01$)

◀ ارتباط موجب بين دافع "تقاسم المعلومات" وميزة تحديث الوضع ($r=0.30, p=0.01$)، التعليقات ($r=0.17, p=0.01$) الكتابة على الجدار ($r=0.19, p=0.01$) الرسائل الخاصة ($r=0.24, p=0.01$) الدردشة ($r=0.19, p=0.01$) المجموعات ($r=0.24, p=0.01$) التطبيقات ($r=0.19, p=0.01$)

◀ ارتباط موجب بين دافع "الهروبية" وميزة تحديث الوضع ($r=0.15, p=0.01$)، التعليقات ($r=0.25, p=0.01$) الكتابة على الجدار ($r=0.20, p=0.01$) الرسائل الخاصة ($r=0.23, p=0.01$) الدردشة ($r=0.11, p=0.05$) المجموعات ($r=0.12, p=0.01$) التطبيقات ($r=0.16, p=0.01$)

◀ ارتباط موجب بين دافع "توجه جديد" وميزة تحديث الوضع ($r=0.28, p=0.01$)، التعليقات ($r=0.25, p=0.01$) الكتابة على الجدار ($r=0.15, p=0.01$) الرسائل الخاصة ($r=0.21, p=0.01$) الدردشة ($r=0.14, p=0.01$) المجموعات ($r=0.20, p=0.01$) التطبيقات ($r=0.25, p=0.01$)

◀ ارتباط موجب بين دافع "الرفقة" وميزة تحديث الوضع ($r=0.27, p=0.01$)، التعليقات ($r=0.29, p=0.01$) الكتابة على الجدار ($r=0.22, p=0.01$) الرسائل الخاصة ($r=0.21, p=0.01$) المجموعات ($r=0.14, p=0.01$) التطبيقات ($r=0.19, p=0.01$) مع غياب العلاقة مع ميزة الدردشة.

◀ ارتباط موجب بين دافع "الترقية المهنية" وميزة تحديث الوضع ($r=0.27, p=0.01$)، التعليقات ($r=0.22, p=0.01$) الكتابة على الجدار ($r=0.19, p=0.01$) الرسائل الخاصة ($r=0.28, p=0.01$) الدردشة ($r=0.15, p=0.01$) المجموعات ($r=0.23, p=0.01$) التطبيقات ($r=0.28, p=0.01$)

◀ ارتباط موجب بين دافع "التفاعل الاجتماعي" وميزة تحديث الوضع ($r=0.19, p=0.01$)، التعليقات ($r=0.20, p=0.01$) الكتابة على الجدار ($r=0.20, p=0.01$) الرسائل الخاصة ($r=0.22, p=0.01$) الدردشة ($r=0.19, p=0.01$) المجموعات ($r=0.18, p=0.01$) التطبيقات ($r=0.17, p=0.01$)

◀ ارتباط موجب بين دافع "تمضية وقت الفراغ" وميزة تحديث الوضع ($r=0.23, p=0.01$)، التعليقات ($r=0.25, p=0.01$) الكتابة على الجدار ($r=0.23, p=0.01$) الرسائل الخاصة ($r=0.25, p=0.01$) الدردشة ($r=0.15, p=0.01$) المجموعات ($r=0.12, p=0.05$) التطبيقات ($r=0.18, p=0.01$)

◀ ارتباط موجب بين دافع "التعرف على اشخاص جدد" وميزة تحديث الوضع ($r=.33, p=0.01$)، التعليقات ($r=.17, p=0.01$) الكتابة على الجدار ($r=.14, p=0.01$) الرسائل الخاصة ($r=.19, p=0.01$) الدردشة ($r=.11, p=0.01$) المجموعات ($r=.20, p=0.01$) التطبيقات ($r=.20, p=0.01$)

جدول (31) يبين علاقات الارتباط بين عوامل مقياس الدوافع ومقياس استخدام ميزات الفيسبوك

التطبيقات	المجموعات	الدردشة	الرسائل الخاصة	الكتابة على الجدار	التعليقات	تحديث الوضع	
.24***	.23**	.18**	.23**	.27**	.32**	.21**	الترفيه للاسترخاء
.19**	.24**	.19**	.24**	.19**	.17**	.30**	تقاسم المعلومات
.16**	.12**	.11*	.23**	.20**	.25**	.15**	الهوية
.25**	.20**	.14**	.21**	.15**	.25**	.28**	توجه جديد
.19**	.14**	.08	.21**	.22**	.29**	.27**	الرفقة
.28**	.23**	.15**	.28**	.19**	.22**	.27**	الترقية المهنية
.17**	.18**	.19**	.22**	.20**	.20**	.19**	التفاعل الاجتماعي
.18**	.12*	.15**	.25**	.23**	.25**	.23**	تمضية وقت الفراغ
.20**	.20**	.11**	.19**	.14**	.17**	.33**	التعرف على اشخاص جدد

*ارتباطات دالة عند مستوى 0.05

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.01

■ علاقة استخدام ميزات الفيسبوك مع رأس المال الاجتماعي (الفرضية الثالثة):

تهدف من خلال وضعنا لهذه الفرضية بحث العلاقة بين استخدام ميزات الفيسبوك السبعة (7) و عوامل رأس المال الاجتماعي (الرضا عن الحياة، الثقة الاجتماعية، تقدير الذات) تمهيدا لمعرفة الميزات الأقدر على انتاج وتراكم رأس المال الاجتماعي. وتوصلنا للنتائج المبينة في الجدول (32):

- ◀ هناك علاقة طردية بارتباط موجب بين استخدام ميزة "تحديث الوضع" و"الرضا عن الحياة" ($r=.10, p=0.05$)
- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين استخدام ميزة "الدردشة" و"تقدير الذات" ($r=.17, p=0.01$)
- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين استخدام ميزة "المجموعات" و"الرضا عن الحياة" ($r=.10, p=0.05$)
- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين استخدام ميزة "التطبيقات" و"الرضا عن الحياة" ($r=.16, p=0.01$)

جدول (32) يوضح علاقات الارتباط بين استخدام ميزات الفايسبوك وعوامل رأس المال الاجتماعي

تقدير الذات	الثقة الاجتماعية	الرضا عن الحياة	
-0.03	.08	.10*	تحديث الوضع
.09	-.05	-.02	التعليقات
-.04	-.03	-.01	الكتابة على الجدار
.08	-.10	.03	الرسائل الخاصة
.17**	-.08	.07	الدردشة
.05	.09	.10*	المجموعات
.00	-.02	.16**	التطبيقات

*ارتباطات دالة عند مستوى 0.05

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.01

■ العلاقة بين دوافع استخدام الفايسبوك و رأس المال الاجتماعي (الفرضية الرابعة):

نبحث من خلال وضعنا لهذه الفرضية عن العلاقة بين دوافع استخدام الفايسبوك التسعة (9) و رأس المال الاجتماعي بعوامله الثلاثة (3) وتوصلنا للنتائج الموضحة في الجدول (33):

- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين دافع "تقاسم المعلومات" و "الثقة الاجتماعية" ($r=.11, p=0.05$)
- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين دافع "توجه جديد" و "الثقة الاجتماعية" ($r=.17, p=0.01$)
- ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين دافع "الترقية المهنية" و "الرضا عن الحياة" ($r=.14, p=0.01$)

◀ علاقة عكسية بارتباط سالب بين دافع "التفاعل الاجتماعي" و "الثقة الاجتماعية" ($r=-.14, p=0.01$) وكذلك علاقة طردية بارتباط موجب مع "تقدير الذات" ($r=.13, p=0.01$)
 ◀ علاقة طردية بارتباط موجب بين دافع "التعرف على اشخاص جدد" و "الرضا عن الحياة" ($r=.15, p=0.01$)

وباستثناء العلاقات التي تطرقنا لوجودها آنفا، تأكد لنا من خلال نتائج هذا البحث غياب الارتباط بين دافع "الترفيه للاسترخاء"، "الهروبية"، "تمضية وقت الفراغ" والعوامل الثلاثة لرأس المال الاجتماعي، بالنسبة لدافع "تقاسم المعلومات" و"توجه جديد" فإنهما لم يرتبطا بكل من عامل "الرضا عن الحياة" و "تقدير الذات"، أما دافع "الترقية المهنية" و"التعرف على اشخاص جدد" فإنهما لم يرتبطا بعامل "الثقة الاجتماعية" و "تقدير الذات"، وأخيرا دافع "الرفقة" لم يرتبط بكل من "الرضا عن الحياة" و"الثقة الاجتماعية"، في حين لم يرتبط دافع "التفاعل الاجتماعي" مع عامل "الرضا عن الحياة" فقط.

جدول (33) يوضح علاقات الارتباط بين دوافع استخدام الفايبيوك وعوامل رأس المال الاجتماعي

الرضا عن الحياة	الثقة الاجتماعية	تقدير الذات	
.00	.03	.02	الترفيه للاسترخاء
.07	.11*	.03	تقاسم المعلومات
-.06	-.03	-.02	الهروبية
.07	.17**	-.07	توجه جديد
-.03	-.00	-.11*	الرفقة
.14**	.02	.04	الترقية المهنية
.06	-.14**	.13**	التفاعل الاجتماعي
.06	-.07	.01	تمضية وقت الفراغ
.15**	.01	-.04	التعرف على اشخاص جدد

*ارتباطات دالة عند مستوى 0.05.

**ارتباطات دالة عند مستوى 0.01

3- علاقات الانحدار (التأثير):

يرى الباحثون أن أحد أهم أهداف البحث العلمي هو شرح/ تفسير explain أو التنبؤ predict ثم التحكم Control في الظواهر، وهي مراحل أساسية يستوجب فهمها وإدراك الفرق بينها في حدود أي بحث أو دراسة علمية، وعليه لا بد من عرض المتغيرات وعزلها حتى نحدد كيف ترتبط أو لا ترتبط بمتغيرات أخرى، و هو ما يقدم لنا أدلة قيّمة، ففحص هذه العلاقات يسمح بتشكيل شبكات من المتغيرات التي توفر الأساس لتطوير نظريات حول الظواهر. بعد أن يثبت الباحث وجود علاقات ارتباط بين متغيرات بحثه، يلجأ كمرحلة ثانية للبحث في علاقات الانحدار بهدف التعرف على اتجاه العلاقات التي أثبت ارتباطها من قبل، بمعنى آخر معرفة المتغير المؤثر والمتأثر (الظاهرة) ويقر الباحثون بوجود طرائق عديدة لقياس التأثير، ويكون الاختيار بينها قائماً على الافتراضات التي وضعها الباحث وتصوراتهِ للعلاقات بين متغيرات بحثه، وقد لجأنا في بحثنا هذا إلى:

أولاً: الانحدار الخطي البسيط Simplest Linear Model أو Bivariate Regression نكتفي فيه بمتغير واحد مستقل وآخر تابع (Rawlings, 1998, p : 2):

The simplest linear model involves only one independent variable and states that the true mean of the dependent variable changes at a constant rate as the value of the independent variable increases or decreases. Thus, the functional relationship between the true mean of Y_i , denoted by $E(Y_i)$, and X_i is the equation of a straight line:

$$E(Y_i) = \beta_0 + \beta_1 X_i.$$

فتحليلات الانحدار الخطي هي اجراءات احصائية تسمح لنا بالانتقال من الوصف description الى التفسير explanation ، التنبؤ prediction وربما التحكم control كما يسمح نموذج الانحدار البسيط بتسمية المتغيرات وفق دورها، تابعة ومستقلة.

ثانياً: الانحدار الخطي المتعدد Multiple Linear Regression، نعتمد فيه على عدة متغيرات مستقلة مقابل متغير تابع واحد فقط، وهو بذلك أداة احصائية تسمح لنا بمعرفة كيف أن عدة متغيرات مستقلة ترتبط وتتنبأ بحدوث المتغير التابع، ويرى Sykes أن:

“Multiple regression is a technique that allows additional factors to enter the analysis separately so that the effect of each can be estimated. It is valuable for quantifying the impact of various simultaneous influences upon a single dependent variable” (Sykes, 2012, p: 8)

وعليه شكلنا نماذج الانحدار لهذا البحث على المراحل الآتية:

المرحلة الاولى: طبيعة العلاقة بين دوافع استخدام الفايسبوك واستخدام ميزاته.

المرحلة الثانية: طبيعة العلاقة بين استخدام ميزات الفايسبوك ورأس المال الاجتماعي.

4- تأثير دوافع استخدام الفايسبوك في التنبؤ باستخدام الميزات (الفرضية الخامسة)

يظهر من خلال معادلة الانحدار الخاصة بتأثير دوافع استخدام الفايسبوك على استخدام ميزات الفايسبوك أنها تحمل دلالة احصائية بحيث قدر معامل R مربع بـ 0.28 . ($R_2 = 0.28$, $F = 154.79$, $P < 0.000$) ما يعني أن متغير دوافع استخدام الفايسبوك (بعوامله التسعة مجتمعة) يسمح بالتنبؤ باستخدام الميزات (السبعة) بنسبة 28 بالمئة، وهو ما يثبت علاقة الانحدار احصائياً، وهي تقترب الى حد كبير للنتائج التي توصل اليها (Smock et al, 2011, $p : 6$ في دراستهم،

جدول (34) التنبؤ باستخدام ميزات الفايبيوك

Sig	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		النموذج
			B	Std. Error	
.000	6.44		7.981	1.238	الثابت
.000	12.44	.529	.153	.012	دوافع الاستخدام

ميزات الاستخدام = 7.981 + (.153. دوافع الاستخدام)

5- تأثير استخدام ميزات الفايبيوك في التنبؤ برأس المال الاجتماعي (الفرضية السادسة)

في بحثنا عن علاقات الانحدار بين متغيراتها، نلتزم بنتائج علاقات الارتباط التي توصلنا اليها، وعليه نقتصر على البحث في العلاقات الآتية:

- تأثير استخدام ميزة "تحديث الوضع" في التنبؤ بالرضا عن الحياة.
- تأثير استخدام ميزة "المجموعات" في التنبؤ بالرضا عن الحياة.
- تأثير استخدام ميزة "التطبيقات" في التنبؤ بالرضا عن الحياة.
- تأثير استخدام ميزة "الدرشة" في التنبؤ بتقدير الذات.

تأثير استخدام الميزات على الرضا عن الحياة:

يظهر من خلال معادلة الانحدار الخاصة بتأثير استخدام كل من ميزات "تحديث الوضع"، "المجموعات" و "التطبيقات" على -الرضا عن الحياة- أنها تحمل دلالة احصائية بحيث قدر معامل R مربع بـ0.033. ($R_2 = 0.033$, $F = 4.74$, $P < .004$). ما يعني أن استخدام الميزات الثلاثة يسمح بالتنبؤ بالرضا عن الحياة بنسبة 3 بالمئة، وهو ما يثبت علاقة الانحدار احصائيا بغض النظر عن حجمها، ويمكن أن نلاحظ بأن ميزة "التطبيقات" هي الأقدر على التنبؤ بالرضا عن الحياة لكن لا يتحقق التأثير إلا في وجود العوامل الاخرى.

جدول (35) التنبؤ بالرضا عن الحياة

Sig	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		النموذج
			B	Std. Error	
.000	16.53		13.57	.821	الثابت
.176	1.357	.069	.264	.194	تحديث الوضع
.357	.923	.049	.174	.188	المجموعات
.021	2.324	.125	.456	.196	التطبيقات

الرضا عن الحياة = 13.57 + (264. تحديث الوضع) + (174. المجموعات) + (456. التطبيقات)

تأثير استخدام الميزات على تقدير الذات:

يظهر من خلال معادلة الانحدار الخاصة بتأثير استخدام "ميزة الدررشة" على -تقدير الذات- أنها تحمل دلالة احصائية بحيث قدر معامل **R** مربع بـ **.032** ($R_2 = .032, F = 13.12, P < .000$) ما يعني أن متغير استخدام ميزة "الدررشة" يسمح بالتنبؤ بتقدير الذات بنسبة 3 بالمئة، وهو ما يثبت علاقة الانحدار احصائيا بغض النظر عن حجمها.

جدول (36) التنبؤ بتقدير الذات

Sig	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		النموذج
			B	Std. Error	
.000	36.70		24.77	.675	الثابت
.000	3.62	.178	.631	.174	الدررشة

تقدير الذات = 24.77 + (.631. الدررشة)

6- علاقة الجنس والمستوى التعليمي باستخدام ميزات الفايسبوك (الفرضية السابعة):

غالبا ما نلجأ في البحوث الاجتماعية إلى مجموعة من الاختبارات الاحصائية، عندما نكون في حاجة إلى تفسير الفروق الموجودة بين أفراد عينة البحث خاصة ما تعلق بالمتغيرات الديمغرافية كالجنس والسن والمستوى التعليمي، ويعد اختبار T-Test من الاختبارات الشائع استخدامها لهذا الغرض، بحيث يساعدنا على تجاوز مجرد وصف الأرقام التي قدمتها البيانات عن العينة من أجل الوصول لاستخلاص النتائج حول هذه الأرقام، ويرتبط الاختبار بتقدير مدى الثقة التي يمنحها الباحث للاختلاف الذي يقيسه بين القيمتين عن طريق احتساب قيمة P (P-Value) التي تشير لاحتمالية أن يكون للعينتين نفس المتوسط، بحيث كلما كانت قيمتها صغيرة، كلما كان الفرق أكثر تعبيراً *plus la p-value est basse, plus la différence est significative*.

وبناء على ذلك، لجأنا إلى T-test لاختبار الفروق الموجودة بين المتغيرين الديمغرافيين المتمثلان في الجنس والمستوى التعليمي في علاقتهما مع استخدام ميزات الفايسبوك، وهذا راجع لكون مستوى قياس "الميزات" هو مستوى scale وهو احصاء بارامتري وبالنظر لما ذكرناه فإن T-Test يعد الأكثر ملائمة لإجراء الاختبار.

7- علاقة الجنس باستخدام ميزات الفايسبوك:

يبرز اختبار T-Test على "استخدام ميزات الفايسبوك" النتائج الآتية:
توجد فروق دالة احصائيا بين الذكور والاناث في استخدام ميزة "الرسائل الخاصة" ($p=.020$) وميزة "الدردشة" ($p=.047$) وكذلك "المجموعات" ($p=.017$) في حين أنه لا توجد فروق بين كلا الجنسين في استخدام ميزة "تحديث الوضع" ($p=.063$) ميزة "الكتابة على الجدار" ($p=.094$) ميزة "التطبيقات" ($p=.094$). "التعليقات" ($P=.44$)

Sig. (2 tailed)	df	t	الانحراف المعياري	المتوسط	العينة	الجنس	
.063	399	1.86	1.16	3.15	182	ذكر	تحديث
			1.20	2.93	219	انثى	الوضع
.44	399	0.76	1.07	3.37	182	ذكر	التعليقات
			1.18	3.29	219	انثى	
.094	399	0.71	1.20	3.18	182	ذكر	الكتابة على
			1.24	3.17	219	انثى	الجدار
.020	399	1.27	1.10	3.71	182	ذكر	الرسائل
			1.21	3.57	219	انثى	الخاصة
.047	399	1.99	1.13	3.81	182	ذكر	الدردشة
			1.27	3.57	219	انثى	
.017	399	2.39	1.25	3.39	182	ذكر	المجموعات
			1.30	3.08	219	انثى	
.094	399	0.74	1.29	3.05	182	ذكر	التطبيقات
			1.21	3.04	219	انثى	

جدول (37) يبين علاقة الجنس استخدام ميزات الفايسبوك

8- علاقة المستوى التعليمي باستخدام ميزات الفايسبوك:

يظهر لنا الجدول (38) بأن متغير المستوى التعليمي المعبر عنه في دراستنا بالتقسيم الآتي:

مراهقة 1: المرحلة الاكاديمية + المرحلة الثانوية.

مراهقة 2: المرحلة الجامعية.

لا يتدخل بأي شكل من الأشكال في استخدام أفراد العينة لميزات الفاييسبوك، ميزة "تحديث الوضع" ($t = .40, df = 399, p = .77$). ميزة "التعليقات" ($t = .842, df = 399, p = .77$). ميزة "الكتابة على الجدار" ($t = .134, df = 399, p = .78$). ميزة "الردود" ($t = .134, df = 399, p = .78$). ميزة "الرسائل الخاصة" ($t = 1.70, df = 399, p = .77$). ميزة "المجموعات" ($t = -.989, df = 399, p = .32$). ميزة "التطبيقات" ($t = -.459, df = 399, p = .64$).

Sig. (2 tailed)	df	t	الانحراف المعياري	المتوسط	العينة	المستوى التعليمي	
.400	399	.842	1.19	3.07	215	المراقبة 1	تحديث الوضع
			1.18	2.97	186	المراقبة 2	
.771	399	-.291	1.19	3.31	215	المراقبة 1	التعليقات
			1.06	3.34	186	المراقبة 2	
.089	399	1.707	1.22	3.27	215	المراقبة 1	الكتابة على الجدار
			1.21	3.06	186	المراقبة 2	
.781	399	-.279	1.17	3.62	215	المراقبة 1	الرسائل الخاصة
			1.16	3.65	186	المراقبة 2	
.894	399	.134	1.24	3.68	215	المراقبة 1	الردود
			1.18	3.67	186	المراقبة 2	
.323	399	-.989	1.30	3.16	215	المراقبة 1	المجموعات
			1.26	3.29	186	المراقبة 2	
.647	399	-.459	1.29	3.02	215	المراقبة 1	التطبيقات
			1.18	3.08	186	المراقبة 2	

جدول (38) يبين علاقة متغير المستوى التعليمي مع استخدام ميزات الفاييسبوك

الفصل الخامس:

مناقشة النتائج وخلاصة البحث

“One of the chief goals of the scientist, social or other, is to explain why things are the way they are. Typically, we do that by specifying the causes for the way things are: some things are caused by other things.”

(Babbie, 1979, p : 423)

شكّلت علاقة دوافع استخدام ميزات الفاييسبوك باعتباره موقع شبكي تواصل اجتماعي برأس المال الاجتماعي الفكرة المحورية التي قادت مجهود هذا البحث في كل مراحله، فكل فصل من فصول هذا البحث يشكل خطوة تقربنا إلى تفسير الظاهرة في السياق الثقافي والاجتماعي الذي نتواجد فيه، وقد انتبهنا في محاولتنا لتحقيق ذلك الى مسائل نظرية ومنهجية طرحها باحثون جزائريون يعيشون الواقع اليومي ويتقاسمونه مع افراد المجتمع، وانغمسوا بشكل جدي في تحليل ظواهره النفسية والاجتماعية ساعين بذلك لتجاوز كل ما يمكن ان يكبح التوصل لفهم دقيق، والتوصل لمستوى من الاتساق في فهم تصوراتنا حول العالم الاجتماعي:

« L'objectif premier de l'effort scientifique n'est pas, contrairement à une croyance largement répandue, l'efficacité dans l'action sur l'univers qui nous entoure, mais la cohérence dans notre représentation de cet univers ; c'est avant tout une recherche de lucidité » (JACQUARD, 1982, p : 12)

ويرى سعيد لوصيف (2014) أن القيمة العلمية لأي خطاب تنظيري تتركز على قدرة الباحث على تفسير أو تأويل الحقائق الاجتماعية المتعددة اعتمادا على أدوات منهجية ثابتة تسهم في جعل هذه الحقائق النفسية- الاجتماعية حقائق "موضوعانية" وذلك بعيدا عن محاولة تصوير حقائق مطلقة، ويفسر ذلك قائلا:

"ان مهمة الباحث الاجتماعي هي التأسيس للموضوعانية وليس الوصول الى الحقائق المطلقة أو تصوير حقيقة مثلية وتسويتها على أنها الحقيقة الاجتماعية المتناهية ؛ ذلك أن هدف العلم هو الانتقال من معارف أقل صحة ؛ أي بمعنى التقليل من احتمال جهلنا بالأشياء والعالم والكون وليس الزيادة في معارفنا اليقينية" (لوصيف، 2014، ص: 228)

ومن ناحية أخرى، و في سياق حديثه عن الصعوبات التي تواجه الباحث النفسي الاجتماعي في تعامله مع الواقع الاجتماعي لأفراد مجتمعه، يشير سليمان مظهر (2010) ويؤكد على الضغوطات التي يتعرض لها وتجعله في حالات كثيرة يمثل لها ويمتنع عن تحليل ما يجري في المجتمع و يكتفي بإعادة ما قيل سابقا، وربما من دون أن يمنح لنفسه فرصة التفكير والتبصر في ذلك، ويقترح مظهر (2010) على الباحث عوضا عن ذلك ضرورة المبادرة والمشاركة في تدعيم و تحديد المعلومات العلمية الضرورية لتنظيم وتسيير الحياة الاجتماعية حسب شروط العصر، كما يحثه على ذلك دوره وضميره المهني (مظهر، 2010، ص:6)، ذلك مع العلم أن هدف الأبحاث يتجاوز مجرد التوصل للاكتشافات وإنما يستلزم ايصالها الى جمهور واسع و متعدد.

يشدد عزيز لعبان (2008) على أهمية الافتراضات النظرية من حيث أنها تقدم فهما أوليا للظاهرة المدروسة، إلا أنها غير كافية للغوص والتعمق في الخصوصيات السياقية للمجتمعات ولا تشكل وصفات نهائية لمعاني منتهية، وإنما إمكانيات لفهم نسبي متغير ومتحدد، ولكن عملية تثبيت أو نفي هذا الفهم ينبغي ان تستجيب لنفس الشروط والمواصفات العلمية التي تسمح بقبوله في اطار المجموعة العلمية، ويرى:

"تشكل النظريات والمناهج المرتبطة بها، الادوات الملائمة والوحيدة في اطار المجموعة العلمية، التي تقرنا بدقة أكبر، وبمصادقية أكثر، وبثبات الى الفهم الصحيح، وإن اختلفت الآراء والتفسيرات لأن الصحة هنا مرتبطة بالأدوات أكثر مما هي مرتبطة بالنظرة، أو التفسير أو التأويل الذي يختلف بشكل طبيعي من باحث لآخر، و من مجتمع الى آخر، و من ثقافة الى اخرى، ومن موقع الى آخر" (لعبان، 2008، ص: 201)

وتشكل مرحلة المناقشة وتعكس الثقافة العلمية للباحث، يحكم من خلالها على نوعية وصدق نتائجه من خلال مقارنتها مع أعمال غيره من الباحثين، وقد يكون بحثنا هذا فرصة لتقديم قراءة سياقية لما تشير اليه النتائج التي توصلنا اليها على أساس الافتراضات التي أسسنا لها وخدمة للأهداف المسطرة، بالإضافة لاستظهار المسارات البحثية التي تقودنا اليها نتائج بحثنا، ويرى Raymond & Perrier:

« il s'agit d'insérer les résultats obtenus dans la problématique d'ensemble, de montrer leur pertinence dans la discipline concernée, et d'indiquer quelles recherches nouvelles pourraient être entreprises sur la base de ces résultats »

(Raymond & Perrier, 2006, p : 2)

وبناء على هذا، شكّلت نظرية الاستخدامات والإشباع الإطار النظري الأوسع الذي استأنسنا به لتفسير دوافع استخدام المراهقين لميزات موقع الفايسبوك وعلاقتها بتراكم رأس المال الاجتماعي، من ناحية أخرى، وفر لنا تراكم نظرية الاستخدامات والإشباع الأدوات البحثية الضرورية لتأطير جانبنا المنهجي.

سنقوم في هذا الفصل بمناقشة نتائج اختبار فرضيات البحث، التي حاولنا من خلالها تفكيك دوافع استخدام ميزات الفايسبوك باعتباره أداة على الخط في علاقته برأس المال الاجتماعي الذي تعبّر عنه بعض مؤشرات السعادة النفسية والثقة الاجتماعية لدى المستخدمين، وقد أخذنا في الحسبان امكانية وجود وسائل وسبل أخرى تتنافس مع الفايسبوك في إنتاج وتراكم رأس المال الاجتماعي وهذا راجع لإطلاعنا على نتائج بعض الدراسات المرتبطة بالموضوع.

ولتفسير هذه العلاقة سننظم هذا الفصل بناءً على ترتيب الافتراضات التي وضعناها، والتي سنتعرض لشرحها وتفسيرها ومناقشة نتائجها الواحدة تلو الأخرى على النحو الآتي:

- نعمل على شرح العلاقة الموجودة بين دوافع استخدام الفايسبوك وكثافة استخدامه (الاستخدام العام).
- نعمل على شرح وتفسير العلاقة الموجودة بين دوافع استخدام الفايسبوك و استخدام ميزات معينة ضمن الموقع.
- نعمل على شرح وتفسير العلاقة الموجودة بين دوافع استخدام الفايسبوك ورأس المال الاجتماعي بعوامله الثلاثة.
- نعمل على شرح وتفسير العلاقة الموجودة بين استخدام ميزات الفايسبوك ورأس المال الاجتماعي بعوامله الثلاثة.

- نعمل على شرح علاقة التأثير بين دوافع استخدام الفايسبوك واستخدام ميزاته.
- نعمل على شرح علاقة التأثير بين استخدام ميزات الفايسبوك ورأس المال الاجتماعي.
- نعمل على شرح العلاقة بين المتغيرات الديمغرافية (السن، الجنس، المستوى التعليمي) واستخدام ميزات الفايسبوك.

1- علاقة الدوافع بكثافة الاستخدام:

تشكل الدوافع المنطلق الذي يقود سلوكيات الأفراد نحو اتجاه معين، وقد افترضت نظرية الاستخدامات والاشباع وفي اطار اعادة الاعتبار للجمهور انطلاقاً من اربعينات القرن الماضي (e.g., Waples, Berelson & Bradshaw, 1940; Lazarsfeld & Stanton, 1944; Lazarsfeld, Berelson & Gaudet, 1948) وعي الافراد باحتياجاتهم النفسية و الاجتماعية التي يسعون الى اشباعها من خلال البدائل الاعلامية والاتصالية المتوفرة في محيطهم وسيافهم بشكل عام، وأكد Klapper على ذلك بقوله:

"استخدمت نظرية الاستخدامات والاشباع وطورت أصلاً من قبل باحثي الاتصال من أجل فهم دوافع استخدام الافراد لمختلف الوسائل الاعلامية...تفترض هذه الابحاث بأن الافراد يسعون وراء وسائل الاعلام في طريقة يوجهها هدف معين لإشباع مجموعة أساسية من الدوافع"
(Weingard, 2009, p: 716)

ويعد توجيههم لوسيلة أو وسيط اتصالي دون غيره قائم على دراسة ذاتية وتقييم شخصي لقدرته على اشباع حاجاتهم تلك، بحيث يؤكد Rosengren أنه بما أن أفراد الجمهور قادرين على الاختيار بين مختلف وسائل الاعلام والبدائل الاخرى انطلاقاً من احتياجاتهم، فإنهم حتماً يملكون تصورات حول البدائل الأكثر قدرة والأكثر احتمالية على تلبية تلك الاحتياجات (Rosengren, 1985, p:22)، ويشرح Palmgreen ذلك قائلاً:

“More precisely, beliefs about the gratification attributes possessed by a media object, when considered in conjunction with affective evaluations of those attributes, should be associated with satisfaction with that object”

(Palmgreen, 1984, p: 7)

من ناحية اخرى، وخلافا لوسائل الاعلام التقليدية، تتميز مواقع شبكات التواصل الاجتماعية وعلى رأسها الفايسبوك بعدد من الخدمات والميزات التي تجعله محط أنظار و آمال الأفراد والمستخدمين المفترضين داخل أي مجتمع، فالقدرات التقنية للموقع وسمات الوسيلة/الوسيط وتصورات المستخدمين حولها وحول قدرتها على اشباع حاجاتهم خاصة تلك المرتبطة بالمحتوى وأنماط البث و الارسال (Kaye, 2002, p :56) تشكل بحد ذاتها وحسب تصورنا دوافع قائمة بذاتها تشجع المستخدم على الانضمام، وهي تعكس في كثير من الأحيان تعبيراً عن الاشباعات المتوقعة/المنتظر تحقيقها (GS) Gratifications Sought والتي يبحث المستخدم عن إرضاءها على الأقل بعد انضمامه للموقع، وعادة ما يتم قياس الدوافع من الناحية العملية operationally ويعبر عنها بمفهوم الاشباعات المتوقعة (GS) :

“Conceptually motivations are expressed desires for gratifications in a given class of situations. As noted above, audiences are conscious of their gratifications sought and motivations serve as the expression of gratifications sought”

(Xin Zhao, 2014, p: 18)

وبالإضافة لكونها سببا ومحفزا للبدأ في الاستخدام، قد تكون الاشباعات المتوقعة (GS) أو بمعنى آخر السعي لإرضائها عمليا سببا في استمرار الاستخدام ومواصلته، وذلك في عملية دائرية، ووفقا لـ (Hendriks 1998) :

“It seems that a circular argument is used: use leads to desired gratifications but the desire to receive these gratifications is also the reason for use.” (Oscar, 2007, p: 30)

وعادة ما ينطلق المحللون لواقع استخدام التكنولوجيات في أي مجتمع، وفي المجتمع الجزائري كذلك بفعل انتقال الاجندات البحثية والانفتاح على الانترنت ومواقعها خاصة، من ثنائية واقعي/افتراضي، ايجابي/سلبي، اجتماعي/غير اجتماعي في تحليلاتهم، ويركزون على ضرورة الفصل بين هذه الكيانات بأشكال تعسفية غير مبررة في كثير من الاحيان، توحي بأن العالم الواقعي الفيزيقي الملموس هو أصل كل الممارسات الايجابية المثمرة، في حين ينظر للافتراضي نظرة ريبة و شك واحتمال كبير لنشوء و تراكم السلبيات.

ومهما يكن، لقد أوصلتنا نتائج بحثنا الى اثبات العلاقة بين دوافع استخدام الفايسبوك التسعة المتمثلة في (الترفيه للاسترخاء، تقاسم المعلومات التعبيرية، الهروبية، توجه جديد، الرفقة، الترقية المهنية، التفاعل الاجتماعي، تمضية وقت الفراغ المعتاد، التعرف على اشخاص جدد) و كثافة استخدام الفايسبوك بعوامله الثلاثة (عدد الأصدقاء، الوقت المقضي، الارتباط النفسي بالوسيلة) أين شكلت هذه الدوافع تعبيرا حقيقيا عن مجموعة من الاشباع التي يهدفون ارضاءها وكانت منطلقا في اختيارهم استخدام موقع فايسبوك، أكثر من ذلك، استمرارهم في استخدام الموقع، بحيث ترتبط الاشباع المتوقعة (الدوافع) بالاشباع المحققة Gratifications Obtained ارتباط معتدل الى قوي لتقابلها وتلائمها، ويرى الباحثين أن كلا النمطين متشابهان غير أنهما يتواجدان بشكل مختلف بعض الشيء، ويتضح ذلك بشكل أفضل ضمن سيرورة استخدام التكنولوجيا،

“According to Palmgreen et al (1980, 1984), the gratifications sought refer to the audience’s motivations for media usage. The gratifications obtained refer to the subjective probability of media content to provide audience members with the required gratifications” (Xin Zhao, 2014, p: 15)

وقد تتحوّل الاشباع المتوقعة أو المرجوة الى اشباع محققة Gratifaications Obtained في حالة توفّر الاطار الذي يسمح للمستخدم تحقيقها، ولا يتم ذلك إلا بالاستخدام الحقيقي والفعلي للموقع عن طريق تكرار وتواصل التفاعلات بين المستخدم والموقع و بينه و بين غيره من المستخدمين خاصة وأنها تجمع عادة بغيره على أساس نفس الأهداف والاهتمامات، و لعل ارتباط الدوافع المذكورة باستخدام الفايسبوك تتجلى أحسن بتفكيك هذا الاستخدام:

نجد أن للدوافع علاقة بالتعلق السيكولوجي Psychological attachment للمستخدمين بالموقع ليصبح من نشاطاتهم اليومية، ذلك لأن البشر يرتبطون بالتكنولوجيا سيكولوجيا كما يرتبطون بغيرهم من الأفراد (Reeves , Nass 1996) كما يؤثر هذا الارتباط الانفعالي على تصوراتهم للتكنولوجيا، ويشمل ذلك قابلية استخدامها Usability ووظائفيتها Functionality :

“Product attachment theory explains how people develop emotional attachments to their products through a process of meaning making and identity construction. People invest psychic energy into their products and develop attachment through repeated use over time” (Gerber, 2011, p: 1)

بالإضافة لذلك، قد يتعدى التعلق السيكولوجي للمستخدم بالوسيلة/الوسيط الى تعلق سيكولوجي بغيره من المستخدمين، ذلك لأن موقع فايسبوك يشكل أداة تواصلية لربط العلاقات بين المستخدمين، وهو نفس ما توصل إليه McKenna ; Green ; Gleason and Fitzsimons في أبحاث سابقة ومن خلال اختبارهم لنظرية تكوين العلاقات عن طريق الانترنت في عدد من الابحاث الممتدة للقول بأن نوعية العلاقات السيكولوجية الناتجة عن تفاعلات المستخدمين عبر الانترنت و مواقعها ليست أقل أهمية من تلك الموجودة في العالم الواقعي:

“They find that relationships that develop through the internet are close meaningful, and long lasting...Further, they find that people bring relationships formed on the internet into the real world by meeting, talking with, and otherwise connecting with others in other ways and show how the self-concept and social identity play a crucial role in this process” (Tyler, 2002, p: 197)

نتيجة لذلك، تبرز نتائجنا أن استمرار استخدام موقع فايسبوك بشكل يومي تحفزه وتحركه عدة أسباب تتجاوز كونها تقنية فقط (التصميم، القدرات التقنية...الخ) فالتفاعلات المستمرة بين المستخدمين، والوصول الى درجة من القبول و الاعتياد تعد أسباب قوية للاستخدام.

يدعم عامل "عدد الأصدقاء" على موقع فايسبوك ما أشرنا اليه آنفا خاصة ما تعلق بتكوين العلاقات، و يدعم كذلك فهنا لكثافة الاستخدام بوصفه متغيرا تفسيريا يعبر عن علاقة اجتماعية غاية في الأهمية، فبعض النظر عن تفسير البعد العددي الذي يزودنا بمجموعة مؤشرات عن مدى نشاط المستخدم في الموقع ومدى اتساع شبكة علاقاته، فإننا نركز على الدلالات المتعددة التي يحملها مفهوم "الصدقة" خاصة في العالم الافتراضي، الذي يشير الباحثين الى أنه "متعدد المعاني" ويحيل لمجموعة عريضة وغامضة من العلاقات التي تتداخل ببعضها لخصتها لغة التكنولوجيا في لفظ صديق Amie/Friend ، وتخفي في الحقيقة أنماط علاقاتية أعمق تختلف من حيث القرب والشدة، ومهما يكن، فإنها تشكل للمراهقين الجزائريين في نهاية المطاف "علاقة" يهدفون صيانتها قدر المستطاع عبر تتابع التفاعلات، ويدركون من خلالها أولوية ومستوى قرب وحميمية كل أصدقائه الفاييسبوكيين، وبالرغم من أن العالم الافتراضي يحمل بعض المعوقات التي قد تكبح تطوّر العلاقات الشخصية إلا أنه ينضوي أيضا وفي نفس الوقت ميزات أخرى مهمة تدعم عملية إنشائها، بحيث يجادل Mckenna and Bargh:

“أنه يمكن للانترنت أن تعزز علاقات لم يكن من الممكن أن تبدأ في العالم الحقيقي فالعلاقات

التي تنشأ في هذا المستوى من العمق يمكن أن تكون مهمة ودائمة للأفراد من تلك التي تنشأ

في العالم الفيزيقي” (Mckenna and Bargh, 2000, p :59)

يمنح العالم الافتراضي للأفراد إمكانية اللقاء دون تأثير نمطية الجاذبية الجسمانية والتي قد تكون سببا في منع بعض الأفراد (الخجولين أو الذين يعانون من عاهات جسمانية مثلا...) من مواجهة الأطراف الأخرى لتكوين علاقات وتطويرها، فالاتصالات عن طريق وسيط تسمح للمستخدم بإظهار كل نقاط قوته وقدراته في سبيل الفوز بعلاقة صداقة.

من جانب آخر، نعتقد أن التركيز على الجانب الجوهري والداخلي للإنسان كتفسير وحيد لاختياره استخدام أحد مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لا يعد كافيا، ذلك لأن الدوافع الجوهرية *intrinsic* ترافقها وتعمل بموازاتها دوافع خارجية *extrinsic* عن ذات الانسان يشكلها ويطرحتها المحيط الذي يعيش ضمنه، ويبدو أن وضع حد فاصل ونهائي بين ما هو داخلي وما هو خارجي مسألة صعبة في ظل التداخل الكبير بينهما، ويمكن الاستدلال على ذلك اذا عمقنا ملاحظتنا للمجتمع الجزائري، وفهمنا الدوافع التي تجعل أفراده يستخدمون مواقع الانترنت التفاعلية، في ظل المعوقات التي يتخبطون فيها وتؤسس لها الثقافة التقليدية التي تعبر عن عجز الأشخاص والشبكات العلاقاتية والجماعات على التحكم في وسائل معيشتهم وتنظيم مصيرهم حسب أهوائهم وحاجاتهم وطموحاتهم، وتعليق فشلهم على عوامل خارجية عن ذواتهم (مظهر، 2010، ص: 41)، وتعبر من جانب آخر على خلل وظيفي وفشل علاقتي يعود بآثاره على الأفراد الذين يشعرون بالوحدة والانعزالية وعدم تمكنهم من الاعتماد على أحد في أوقاتهم الصعبة، ويشير Hafren, Karren, Frandsen, & Smith:

“Social support is the degree to which a person’s basic social needs are met through interaction with other people. It’s the resources-both tangible and intangible-that other people provide. It’s a person’s perception that he or she can count on other people for help with a problem or for help in a time of crisis” (Pitonyak, 2014, p: 6)

على مستوى مشابه، و في إطار حديثه عن المجتمع التقليدي، يشير سليمان مظهر الى دور العائلة في استرجاع ذويها أين تبتهم يوميا في اوساط اجتماعية مختلفة، وكيف أن الاهتمام بالشبكات العلاقتية، العائلية، والاجتماعية تستغرق وقت و طاقة الافراد وتمنع انغماسهم الاجتماعي عامة عن تخصيص قسط من الوقت للرياضة والمطالعة... الخ (مضهر، 2010، ص: 74) لكننا نرى أن المراهقين يتدبرون أمورهم ويحسنون مقاومة ذلك، خاصة اذا تعلّق الأمر بإنشاء علاقات افتراضية تضم حتى ذويهم وأقربائهم، والتعاطي كذلك مع أفراد أقل قربا، وقد يكون ذلك تعبيرا منهم عن ارادة التخفيف من الثقل الاجتماعي للعائلة.

في وضعية مماثلة، تطرح بشدة فرضية انتقال الافراد ولو مؤقتا من محيطهم الملموس الذي تتحكم فيه بني اجتماعية وثقافية ضاغطة تكبح طموحاتهم على تنوعها الى فضاء يوفر لهم مجالا للتعويض ومتنفسا حقيقيا، يطمحون من خلال الانغماس فيه الوصول الى الاحساس بالانتماء need to belong الذي يفتقدونه أو يعانون من ضرورة الاكتفاء به على وضعيته ضمن جماعاتهم الأولية رغم قلة فعاليته، ذلك لأن العلاقات تعوض بعضها بعض باعتبار أن الفشل في فضاء معين يتطلب تعويضه في فضاء آخر لتفادي الحرمان الاجتماعي، بحيث يسعى الأفراد الى تحقيق حد أدنى (كمي ونوعي) من العلاقات الاجتماعية (Baumeister, 1995, p : 500) ويقر الدارسون بأن حاجة الانتماء تحمل ملمحين اثنين:

- أولا: يحتاج الأفراد الى علاقات أو تفاعلات متكررة مع أفراد آخرين، ويفترض أن تكون هذه التفاعلات ايجابية وممتعة، أو على الاقل ان تكون خالية من الصراعات والمشاعر السلبية غالبا.
- ثانيا: يحتاج الأفراد الى إدراك امتلاكهم علاقات شخصية تتميز بالثبات، الاهتمام العاطفي، والاستمرارية في المستقبل المنظور، وهي تشكل السياق العلاقتي للأفراد مع بعضهم.

ولعل غياب هذين الشرطين أو أحدهما أن يؤثر على الاستقرار النفسي والاجتماعي للفرد، يدفعه للبحث عن التعويض بأن يصبح مستخدما لموقع فايسبوك باعتباره أحد الحلول التي يتصورها لما يعانيه من اضطراب، لأنه ببساطة يوفر فضاء موازي يلبي ويضمن التفاعلات المتكررة، الاستمرارية، والاهتمام العاطفي، ويشير الرجوع الى نتائجنا المرتبطة بأسباب استخدام عينتنا للفايسبوك أنها تتداخل فيما بينها، لكنها لا تخرج عما تطرقنا اليه، بحيث تتمحور في مجملها حول البحث عن الترفيه والاسترخاء، الهروبية، تمضية اوقات الفراغ، التفاعل الاجتماعي، وتحيل

في مجملها الى حاجة البحث عن التغيير و الخروج من حالة "نقص" في أحد المتغيرات المذكورة، والتي قد تكون غائبة نهائيا في بعض الاحيان.

من جانب آخر، تظهر نتائجنا أن الدافع المتمثل في اعتبار موقع فايسبوك "توجه جديد" يشكل تعبيراً عن الضغوط التي يتعرض لها المراهق في حالة عدم انضمامه للموقع، و هي ضغوطات يكون مصدرها "الأقران" الأقدم خبرة في الاستخدام، توهم الآخرين بأنهم غير مسايرين للتطور التكنولوجي الحاصل، وأنهم متأخرين، ويشكل التقاعس في الالتحاق تعبيراً عن نوع من الانزلاق الطبقي، ويشير الباحثين لدور الاقران في دفع أصدقائهم المراهقين لاتخاذ قرارات ووضع أحكام معينة، وكذلك لتبني سلوكيات معينة، كل ذلك من أجل اظهار الامتثال للمجموعة، و هو ما يؤكد Dewey قائلا:

“It was further noted that people often accept to be influenced just for the desire to achieve a sense of security within a group that is of a similar age, culture, religion, or educational status. Any unwillingness to be influenced carries with it the very risk of social rejection and this is what young people fear most”

(Mukama, 2010, p: 1)

من هذا المنطلق، ينضم المراهقون الى جماعات اقرانهم ليثبتوا ذواتهم داخلها، ذلك لأنها تشكل مصدر نفوذ بالنسبة لهم وإغراء يصعب مقاومته، بحيث يشاركون في نشاطاتها المختلفة (Chauhan, 2007) ويبدلون الكثير من جهودهم و وقتهم في سياقها للفوز بالقبول العام لأفراد المجموعة، ونرى أن الرفض من قبل المجموعة يعد من أشد العوامل تدميراً للمراهقين. ويعد استخدام التكنولوجيات الجديدة على تنوعها من أهم الأنشطة التي تسيطر على أذهان المراهقين، ويزداد الهوس بها لما توفر القدرات التقنية التي تسمح بالتجمع عن بعد دون الحاجة لمراوحة المكان.

2- علاقة الدوافع باستخدام الميزات:

بعد التعرض لعلاقة دوافع استخدام الفاييسبوك بكثافة استخدامه intensity of use على أساس عامل التعلق السيكولوجي بالموقع، الوقت المقتضي، وعدد الأصدقاء، ننطلق من نفس الدوافع لتفسير استخدام ميزات معينة يقدمها الموقع، ونتحرك في تحليلنا للعلاقة من فكرة أن دوافع معينة تؤدي الى نمط معين من الاستخدام، بمعنى آخر البحث في الاستخدام الفعلي أو كيف تتجسد العلاقة بين الدوافع والاستخدام؟، وذلك انطلاقاً من تصريح المستخدم لطريقة استخدامه لميزات ووظائف الموقع استجابة لحاجات معينة، وعبر Lampe عن هذه العلاقة قائلاً:

“We expect social media sites like Facebook will be associated with different usage and adoption patterns given the greater selection of tools available and differences in user characteristics and site features” (Lampe, 2013, p: 1)

يشكل استخدام الميزات features use تعبيراً عن سيورة يحاول من خلالها المستخدم تحقيق احتياجاته، فتصوره لقدرة الميزة على اشباع احتياجاته ترتبط أولاً بقبوله للموقع بشكل عام وتبنيه له، وهو ما سبق وأن اثبتناه، وبذلك لا يخرج استخدام الميزات عن اطار الوقت المقتضي في الموقع والتفاعلات مع الأصدقاء الفاييسبوكيين على اختلاف تأويلاتهم ومستوى قربهم باعتبار أنهم يشكلون الطرف الثاني (الأخر) في العملية التفاعلية، ويتضح بشكل أفضل كيف يطوّر الأفراد التكنولوجيا التي بين أيديهم لصالحهم الخاص، وكيف يدمجونها في سلسلة معقدة من الأنماط التفاعلية، حسب حالاتهم ووضعياتهم النفسية والاجتماعية، وهو ما يؤكد عليه Tyler:

“Socially anxious people use the internet as a way to make initial contact with others...they use the internet; in other words, to deal with specific social deficits, and they incorporate its use into complex sequence of modalities of interaction”

(Tyler, 2002, p: 198)

ونرى أنهم يفعلون ذلك اعتمادا على ما يوفره الموقع من ميزات، ويرتبط من ناحية اخرى على ابداعهم Human Creativity الذي يتحدون من خلاله صعوبات الحياة اليومية وكذلك تأثيرات التكنولوجيا المحتملة، بحيث يغيرون استخداماتهم لئيسهلوا لأنفسهم انشاء واقع نفسي واجتماعي يرغبون فيه، وقد أظهرت نتائج بحثنا علاقات الارتباط بين كل الدوافع (التسعة) مع استخدام الميزات (السبعة)، بحيث تشكل كل علاقة مثبتة نمط استخداماتي خاص يعبر عنه المستخدمون:

علاقة دافع الترفيه للاسترخاء مع استخدام ميزات الفيسبوك:

علاقة طردية ارتباط موجب بين دافع "الترفيه للاسترخاء" الذي يحاولون تحقيقه من خلال استخدامهم لمجموعة من الميزات: تحديث الوضع (r=.21, p=0.01)، التعليقات (r=.32, p=0.01) الكتابة على الجدار (r=.27, p=0.01) الرسائل الخاصة (r=.23, p=0.01) الدردشة (r=.18, p=0.01) المجموعات (r=.23, p=0.01) التطبيقات (r=.24, p=0.01)

يرى كل من (Zillmann & Bryant, 1996) أن الترفيه يرتبط بالمتعة العاطفية emotional enjoyment التي يبحث الافراد عن تحقيقها في وضعيات مختلفة :

“Entertainment, in its broadest sense, could be defined as any situation or activity from which a person derives pleasure. Such a definition could include anything from watching a film to playing sports to spending time with loved ones”

(Shrum, 2004, p: 257)

وتماشيا مع نظرية الاستخدامات والاشباع، يؤكد Zillmann & Bryant على أن الترفيه من خلال وسائل الاعلام هو خيار قصدي يقوم به الأفراد لإدارة حالاتهم العاطفية التي يمرون بها، ويشكل من ناحية اخرى بناء

متعدد الواجهه يؤكد على المتعة العاطفية مع الوسيلة التي توفر بدورها مهريا الى عالم من الخيال يسمح باختبار العواطف و الاحاسيس.

وتبين نتائجنا أن كل من ميزة "تحديث الوضع"، "الكتابة على الجدار"، و"استخدام المجموعات" تشكل احدى الطرق التي يشارك فيها المستخدم بشكل نشط داخل موقع فايسبوك، ويتخذ نشاطه شكلا "مكتوبا" يوجه غالبا لكل علاقاته على الموقع، يعبر من خلاله عن حاجته للترفيه الذي يجعله يسترخي ويتجاوز الضغوط التي يمر بها. من ناحية اخرى تمثل ميزة الرسائل الخاصة والرددشة اساليب اخرى أكثر خصوصية، وستعمق في هذه الجوانب بشكل أكبر مع العلاقات اللاحقة.

علاقة دافع تقاسم المعلومات التعبيرية مع استخدام ميزات الفايسبوك:

علاقة طردية ارتباط موجب بين دافع "تقاسم المعلومات التعبيرية" وميزة تحديث الوضع ($r=0.30$, $p=0.01$)، التعليقات ($r=0.17$, $p=0.01$) الكتابة على جدار الأصدقاء ($r=0.19$, $p=0.01$) الرسائل الخاصة ($r=0.24$, $p=0.01$) الدردشة ($r=0.19$, $p=0.01$) المجموعات ($r=0.24$, $p=0.01$) التطبيقات ($r=0.19$, $p=0.01$)

تبنى القاعدة التقنية لموقع فايسبوك على الفلسفة التقنية للواب 2.0 القائمة على القدرة على النشر التي تمنحها للأفراد بالإضافة لإمكانية التفاعل بينهم وبين زوار الموقع والذي فتح المجال أمام موجة إستخدامات جديدة أعطت الكلمة و المبادرة للمستخدمين للتعبير عن أنفسهم و اهتماماتهم (Valenduc, 2010, p : 2)، الشيء الذي سمح بالمضي قدما وسهّل إنشاء روابط شخصية من خلال فضاء الانترنت ومن خلال تقاسم المعلومات والصور والمحتويات عامة مع جماعات الأصدقاء و مع الغرباء وتوسع ذلك و اتضح أكثر مع user generated contents أو ما يعني المحتويات المولدة من طرف المستخدمين أنفسهم.

على هذا الاساس، ليس للواب 2.0 بشكل عام، وموقع فايسبوك بشكل خاص حدود معروفة لكنه يحمل مركز ثقل يحوم حوله مجموعة من الممارسات و المبادئ، (Aurélite,2010, p : 3) حيث تم محاولة تحديده من خلال بعدين أساسيين هما:

- البعد التكنولوجي: حيث أن التطبيقات مقدمة كخدمات وليس كمنتجات وهذا النوع من التكنولوجيات يعطي واجهات للمستخدمين جديدة و غنية و تفاعلية.
- البعد العلاقاقي الاجتماعي: Web2.0 مبني على تصميم تشاركي، حيث أن تدخّل المستخدمين في الشبكة أساسي أين يضيفون قيمة عندما يضعون التعليقات أو يعبرون عن رأيهم أو يتقاسمون خبراتهم و معارفهم مع الآخرين.

وعليه تبرز نتائجنا كيف أصبح المستخدمون ينتجون وينشرون ويثون ويؤشرون ويتقاسمون وينتقدون المحتويات المحتويات أيضا، فمواقع الوآب الجديدة وعلى رأسها الفاييسبوك خاصة مع الميزات التي ذكرت، غيرت الطريقة التي من خلالها يستخدم الأفراد الانترنت بإضافة ميزة نشر التعليقات وتقاسم الصفحات والمحتويات والارتباط بمستخدمين آخرين وبناء شبكة إجتماعية ومجتمع على الخط (Smith, 2009, p : 13).

يُستخدم الفاييسبوك كأداة لتقاسم المعلومات والتعبير عنها، ويرتكز المستخدم على ميزات الموقع للكتابة عن اهتماماته وإبداء رأيه في المواضيع المتداولة على الموقع، وعلى جداره، وكذلك الصفحات العامة المتخصصة وداخل المجموعات، وتتخذ تدخلاته هذه شكلا مكتوبا في غالب الاوقات، بحيث يتشجع على أخذ دور نشط في سيرورة المآنسة ما يساعده في تشكيل هويته الذاتية، ويرى Urista:

“A personal profile is the way users present themselves; they can include as much information as desired about themselves, including posting pictures. Due to digital technology, users can show considerable information about themselves and their friend” (Sponcil, 2014, p: 5)

ويهتم المراهقون بالكشف عن معلوماتهم الخاصة أو بالأحرى الكشف عن ذواتهم Self-Disclosure لغيرهم كشرط أساسي لتطوير علاقات وثيقة ولصيانة سعادتهم النفسية (Collins, 1994, p : 457) ويعمدون

من خلال الفاييسبوك على الانفتاح بهوياتهم على بعضهم البعض، وبناء صورة معينة يستهدفون ترويجها عن ذواتهم، يحرصون على تغذيتها والعناية بها باستمرار لنيل اعجاب الآخرين (Jiang, 2011) وللظفر بعلاقات حميمة، ويتوقعون من كل خطوة يخطونها داخل الموقع التحصل على رجوع صدى، أو الدخول في تفاعلات حول ما يدلون به:

“Self-disclosures in social media are not a single communication, act but rely also on other’s interpretations on these disclosures and the communication behaviors that follow”

(Sponcil, 2014, p: 6)

فمن خلال كشف المعلومات الشخصية المتبادل بين المستخدمين، وبالإضافة الى طرق تقديم أنفسهم self-presentation على الخط، تتطور العلاقات بينهم نحو مستوى أعمق بحيث يصبحون أكثر وعياً ببعضهم وبالحوانب المتعددة لذواتهم، ويرى الباحثون أن كلا المتغيرين (self-disclosure & self-presentation) يساهمان في اشباع وتحقيق وظائف أساسية في تطور المراهقين (Leary & Kowalski, 1995; Buhrmester & Prager, 1995) (Schouten, 2007, p :10) وذلك من خلال نقطتين أساسيتين: (Steinberg, 2001; 1990)

أولاً: لأنها حاسمة في تشكيل و الحفاظ على العلاقات.

ثانياً: أنها تلعب دوراً مهماً في تطوير شخصية المراهقين، من خلال تجريبهم لهويات مختلفة بالإضافة للتعلم من استجابات الآخرين و ردود أفعالهم ازاء هذه الهويات، ويمكن أن يقرر المراهقين دمج هذه الهويات في مفهومهم لذواتهم self-concept.

علاقة دافع الهروب من الواقع Escapism مع استخدام ميزات الفايسبوك:

علاقة طردية ارتباط موجب بين دافع "الهروبية" وميزة تحديث الوضع ($r=.15, p=0.01$)، التعليقات ($r=.25, p=0.01$) الكتابة على الجدار ($r=.20, p=0.01$) الرسائل الخاصة ($r=.23, p=0.01$) الدردشة ($r=.11, p=0.05$) المجموعات ($r=.12, p=0.01$) التطبيقات ($r=.16, p=0.01$)

يحاول البشر دائما تفادي كل ما يشعرون بأنه يهدد توازنهم النفسي والاجتماعي، يفعلون ذلك انطلاقا من قناعاتهم الشخصية وتقييمهم الذاتي للوضعية التي يريدونها حتى وان لم تكن مقبولة اجتماعيا، فهي قبل كل شيء هروب من المشاعر والأحاسيس السلبية ومتطلبات الواقع التي تدخلهم في حالة من الانهزامية، ويرى
:Vorderer

“In its core, escapism means that most people have, due to unsatisfying life circumstances, again and again cause to ‘leave’ the reality in which they live in a cognitive and emotional way”

(Henning, 2001, p: 101)

ويرى الدارسون أن هروب البشر من الواقع يتعلق كذلك بعوامل أخرى، صعوبات مالية، الوحدة، الخوف... الخ وهي تمثل احدى أشكال الهروبية التي تستند الى سبب cause-based ، ومن المثير للاهتمام انها تنبني على طرفي النقيض للحياة النفسية، فإما يريد الناس الهروب بسبب الملل، قلة الاثارة، أو من اجل التغيير، وإما بسبب الاجهاد والألم، والمخاوف (Warmelink, 2009, p : 3) ، وعليه يمكن التفرقة بين نوعين من الدوافع من أجل الهروبية :

تفادي الملل Mundane breaking: يمكن وصف الهروب من الواقع كاستراحة من أنشطة الحياة

اليومية، ويكون عندما يشعر الافراد بأنهم قاموا بأعمال صعبة، ويريدون فقط أخذ استراحة.

تخفيف الاجهاد Stress relieving: لما يشعر الافراد بالألم، القلق، أو أنهم محبطين من شيء معين فإنهم يبحثون عن التنفيس، يقومون بإفراغ هذه المشاعر من خلال ممارسة أنشطة أخرى حتى يخففوا من قلقهم.

الى جانب الهروب عن الحالات غير المرضية، يميل الافراد للهروب لأنهم يستطيعون ذلك، ولأنهم لا يريدون التورط مع ما هو "حقيقي" في حين أن بوسعهم الاستمتاع "بنشاط هروبي" أو الحلم بعيدا لبعض الوقت، وهو ما يدعوه الباحثون هروب من الواقع الذي يستند على تأثير "effect-based" ذلك لأنه يتيح للأفراد تجاوز الواقع من خلال متابعة نشاط أو خيال. و يمكننا أيضا استخلاص نوعين من الدوافع: (Ibid, p: 2)

السعي للمتعة Pleasure seeking: ذلك لأن البشر يبحثون عن المتعة، والمجتمعات المعاصرة مليئة بالفرص التي تسمح بالهروب من الواقع بطرق عديدة، تشمل قراءة الكتب واستخدام التكنولوجيا.

البحث عن الخيال Imagination conjuring: ذلك لأن البشر يحبون أحلام اليقظة وتخيل عوالم أخرى كما يتصورون ضرورة تجربة عوالم بديلة.

وفي نفس السياق، ومن أجل فهم أفضل، قدم Kubey ثلاثة (3) افتراضات أساسية لأنماط الهروبية يشرح من خلالها مصدر الضغط الذي يدفع للهروب من الواقع (Henning, 2001, p: 102):

■ الهروب الاجتماعي-النفسي Social-Psychological Escapism: عندما يتعلق الهروب بوضع اجتماعي قريب من الفرد المعني، بحيث يعوض من خلاله العجز الذي يحس به في التفاعل الاجتماعي.

■ الهروب الاجتماعي Sociological Escapism: يتعلق بالاغتراب الذي يحس به الفرد في مكان العمل وخبراته الحياتية باعتبارها مسؤولة عن بحثه عن الهروب، بحيث يقبل الافراد على استخدام وسائل الاعلام والاتصال حتى يتمكنوا من التخفيف من مشاق الحياة.

■ الهروب الفردي-النفسي **individual-psychological escapism**: وتشير للجوانب الشخصية التي لا تتأثر بشكل كبير (أو على الأقل ليس بسبب مباشر) بالقوى والضغطات الاجتماعية، بمعنى آخر هروب الفرد من أشياء لم يسببها المجتمع بشكل مباشر.

وتشير نتائجنا الى أهمية الهروب من الواقع (الهروبية) باعتباره أحد أهم الدوافع التي يلجأ اليها المستخدم للابتعاد عما يقوم به في محيطه الواقعي، نسيان المدرسة والعمل، وكذلك للابتعاد عن العائلة والآخرين، ويحاول المستخدم التخفيف من حدتها بلجوئه لاستخدام ميزات معينة: تأتي في مقدمتها التعليق على المحتويات، الرسائل الخاصة، الكتابة على جدار الاصدقاء للفت انتباههم وتحفيزهم على التفاعل، ويفعلون ذلك أيضا من خلال استخدام المجموعات التي تشكل أيضا فضاء مغلق يضم جمهورا أقل من حيث العدد، لكنه متميز بتشابه الاهتمامات ويوفر فرصة أكبر لتوفر محتويات تثير اهتمام المستخدم وتخرجه من حالة النقص التي يعاني منها.

علاقة دافع الرفقة Companionship مع استخدام ميزات الفايسبوك:

أظهرت النتائج وجود علاقة طردية بارتباط موجب بين دافع "الرفقة" وميزة تحديث الوضع ($r=.27$, $p=0.01$)، التعليقات ($r=.29$, $p=0.01$) الكتابة على الجدار ($r=.22$, $p=0.01$) الرسائل الخاصة ($r=.21$, $p=0.01$) المجموعات ($r=.14$, $p=0.01$) التطبيقات ($r=.19$, $p=0.01$) مع غياب العلاقة مع ميزة الدردشة.

فيظهر لنا، أن تعبير المراهقون عن حاجتهم لايجاد رفيق في الحالات التي لا يريدون البقاء وحيدين، يشمل كذلك الفترات القصيرة التي تتخلل نشاطاتهم اليومية، قد تكون بمجرد خروجهم من المدرسة/ الثانوية/الجامعة أين يبحثون عن إعادة الاتصال مع الاشخاص الذين يشاركونهم نفس الفضاء لاستكمال التفاعلات خاصة في هذه المرحلة العمرية التي يكون فيها التعلق بالأصدقاء أكبر، كما يشكل موقع فايسبوك جزءا من نشاطاتهم اليومية وامتداد لحياتهم وفضاء اضافي للقاء والحديث حول الاهتمامات المشتركة، فتعلقهم السيكولوجي بالموقع يعني أيضا الارتباط بالمتواجدين في الموقع ويشكلون جزءا من شبكاتهم الاجتماعية على الخط وخارجه.

فبالطريقة نفسها التي يرافق الاولياء أبنائهم في بداية حياتهم وخطواتهم الاولى toddlerhood يبحث المراهقون عن رفقة بعضهم، ويرى Sullivan أن منبع الرفقة لدى الأطفال هو أقرانهم من نفس السن والجنس خاصة في سنواتهم الدراسية الاولى، ويتغير ذلك تدريجيا ببلوغهم مرحلة المراهقة التي يبدو فيها ميل للارتباط بالجنس الآخر cross-sex (Buhrmester, 1987, p :1) ويمتد ذلك لكل السياقات المتاحة أمامهم وخاصة على المواقع الاجتماعية التي تشكل أحدها أن لم نقل أحسنها وأكثرها ملائمة، ويرى الباحثون ضرورة الاعتراف بدور الفايسبوك في تشكيل العلاقات الحميمة بين المستخدمين:

“Relatedly, evidence supporting psychological implications of technology abounds, and we can no longer disregard the potential connections between Facebook and intimate relationships, which serve as one of the most important contexts of individuals’ growth and development”

(Papp, 2012, p: 85)

من جانب آخر، يمكننا تفسير دافع الرفقة بالرجوع الى الحالة النفسية و الاجتماعية التي تناقضه، بمعنى آخر حالة العزلة الاجتماعية social isolation التي قد يعانيها المراهق، وتظهر في ميله للابتعاد عن شبكته الاجتماعية سيكولوجيا أو جسديا، أو الاثنين معا، وهي تعبير عن فقدان المكان ضمن الجماعة، وتحدث لا اراديا نتيجة التهميش والاقصاء، كما يمكن أن تكون سلوك ارادي يختاره الفرد، و في الحالتين، تعبر العزلة الاجتماعية عن حالة غير طبيعية يصحبها شعور بالملل، الاقصاء، الوحدة... الخ وترتبط بشكل كبير بالوحدة loneliness التي يحاول الافراد تجاوزها بإدماج أنفسهم في علاقات و تفاعلات جديدة:

“Loneliness occurs when an individual perceives her or his relationships as not containing the desired quantity and quality of social contacts” (Biordi, 2004, p: 87)

فبغض النظر عن الجانب النفسي الذي يظهر في استياء المراهق من كمية و نوعية علاقاته في محيطه الواقعي، فإنه يحسن تجاوز ذلك باللجوء للبدائل المتاحة أمامه، وقد يختار المواقع التفاعلية، فمن جانب آخر، تشكل الرقابة الوالدية التي يمارسها الأولياء على أولادهم من خلال مراقبة محيطهم وأصدقائهم الجانب الاجتماعي، لكنها تضعف وتفقد فاعليتها في العالم الافتراضي، خاصة مع عدم إلمام الأولياء بكل خصوصياتها باعتبار أن أغلبهم من جيل Digital Emigrant، وهي فرصة يستغلها الأبناء لتفعيل سيرورة بحثهم عن تحقيق مساعيهم الشخصية، وحتى لو تصور المجتمع هذه الممارسات على أنها سلبية وغير مقبولة، فإن المراهقين يعتبرونها حق وفرصة شيقة لاختبار وتحقيق حاجتهم للرفقة، والبقاء على اتصال دائم خاصة مع تقنية الجيل الثالث 3G التي تعرف توسعا في التبيي و الاستخدام في المجتمع الجزائري.

علاقة دافع "التعرف على اشخاص جدد" باستخدام ميزات الفايبيوك:

أظهرت النتائج علاقة طردية بارتيباط موجب بين دافع "التعرف على اشخاص جدد" وميزة تحديث الوضع (r=.33, p=0.01)، التعليقات (r=.17, p=0.01) الكتابة على الجدار (r=.14, p=0.01) الرسائل الخاصة (r=.19, p=0.01) الدردشة (r=.11, p=0.01) المجموعات (r=.20, p=0.01) التطبيقات (r=.20, p=0.01)

تماشيا مع نتائج بحثنا، تشير نتائج عدد من الدراسات أن اقبال الأفراد على استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعية يعود أولا لبحثهم عن علاقات من واقعهم الفيزيقي قبل كل شيء، ثم البحث عن علاقات جديدة كخطوة مكتملة لتوسيع شبكة علاقاتهم وتنوعها، ويبدو بوضوح أن الدوافع السابقة الذكر خاصة (الهروبية، الرفقة، الترفيه للاسترخاء، تقاسم المعلومات التعبيرية) تتقاطع مع دافع التعرف على أشخاص جدد meet new people هذا أولا: على الأساس الاحصائي:

جدول (37) يوضح علاقة "التعرف على أشخاص جدد" مع الدوافع الاخرى المشكلة لمقياس دوافع استخدام الفايبيوك

التعرف على اشخاص جدد	الترفيه للاسترخاء	تقاسم المعلومات	الهروبية	توجه جديد	الرفقة	الترقية المهنية	التفاعل الاجتماعي	تمضية اوقات الفراغ
	.343**	.321**	.205**	.368**	.405**	.318**	.219**	.257**

ثانياً: ركزنا على الدوافع المذكورة أعلاه لأنها تشترك مع دافع "التعرف على أشخاص جدد" من حيث الاصول النفسية والاجتماعية لاستخدام موقع فايسبوك. فتفسير "دافع التعرف على أشخاص جدد" يرتبط بفهم الوضعيات التي تجعل الأفراد يبحثون عن علاقات جديدة خارج محيطهم الفيزيقي، بحيث تشير الدراسات لحاجة المراهقين الى توسيع دائرتهم الاجتماعية social circle خارج عائلاتهم، بالإضافة الى حاجات مُلحة أخرى ترتبط بالبحث عن الحميمة، الرفقة، self-validation، وحاجات أخرى قد يتعذر على الفرد تحقيقها في محيطه الفيزيقي:

“While the need for affiliation is universal, some individuals certainly lack the skills and ability to create and sustain intimate relationships. Personal characteristics such as low self-esteem, social anxiety, or shyness decrease people’s ability to form face-to-face social ties” (Mesch, 2006, p: 30)

ويرتبط تدني "تقدير الذات" self-seteem بغياب الدعم التلقائي للوالدين أو الرفقاء خاصة في مرحلة الطفولة كما يشير (Harter, 1993)، وهو ما ينعكس على المراهق ويخلق لديه شعوراً بالنقص، بحيث يعبر المراهقون الذين يبدون تدنياً في تقديرهم لذواتهم عن امتلاكهم لعدد ضئيل من الأصدقاء بالإضافة لشعورهم بالوحدة، فالأفراد المكتئبون يزعجون بشكل عالي لتفضيل التفاعل عبر الانترنت، ذلك لأنهم يتصورون أنها طوق نجاة* the prozak اتصالاتهم الاجتماعية (Kim, 2009, p : 451)، وتؤكد نتائج الأبحاث ما توصلنا من حيث أن المراهقون يقبلون على استخدام المواقع التفاعلية لأغراض اجتماعية (Amichai-Hamburger & Ben Artzi, 2003) وأنها تزودهم بقنوات اتصالية بديلة تساعدهم في الحفاظ على العلاقات وتطويرها (Boase, 2009; Baym & Ledbetter, 2009; Mesch & Talmud, 2006; Haythornthwaite, 2005; Ledbetter, 2009; Mesch & Talmud, 2006)، ومن المعلوم دور المجتمعات الافتراضية باعتبارها شبكات اجتماعية في ربط الأفراد من مختلف السياقات ببعضهم، وقد رأينا كيف أنها قادرة على دعم أفرادها بالرفقة، الدعم العاطفي والاجتماعي، المعلومات، والشعور بالانتماء، وعليه تكون فرضية البحث عن لقاء أفراد جدد على المواقع واردة جداً، خاصة في ظل هذه المتطلبات المتنوعة التي قلّ ما يوفرها (جميعها) شخص واحد فقط لغيره:

“The likelihood of online friendship formation will presumably be higher for adolescents who report low self-esteem and who also lack social closeness to face to-face friends. As individuals have needs for intimacy and companionship, the use of the Internet for communication purposes provides a new venue to meet others and create close relationships” (Mesch, 2006, p : 30)

ويجادل (McKenna & Bargh 1998, 2000) في اطار فرضيتهم حول التعويض الاجتماعي social compensation hypothesis أن استخدام الانترنت للقاء أفراد جدد والمشاركة في المجموعات Groups له تأثير ايجابي بالنسبة للمستخدمين ذوي الموارد الاجتماعية الضعيفة (Bessière, 2006, p :6)، فالعلاقات والمجموعات على الخط تساعدهم في تعويض الموارد التي يفتقرون اليها في عالمهم الواقعي خارج الخط، وبذلك ينفذ الأفراد لمزيد من الدعم الاجتماعي ومصادر التماهي الاجتماعي social identification ونرى أن العالم الافتراضي يشكل فرصة للقاء أفراد مشاهين للمستخدمين على مستويات عديدة، ويسمح لهم كذلك التعبير عن أنفسهم بشكل علني وإبراز صفاتهم المثالية، ذلك لأنها علاقات تنبني عادة على المجهولية anonymity (Derlega, Metts,) (Petronio, & Marquis, 1993; Pennebaker, 1989) وهي الوضعية التي تحفزهم على افشاء ذواتهم دون التخوف من رفضهم أو تعرضهم للسخرية،

“The relative anonymity of Internet interactions greatly reduces the risks of such disclosure, especially about intimate aspects of the self, because one can share one’s inner beliefs and emotional reactions with much less fear of disapproval and sanction”

(McKenna, 2002, p: 10)

وبهذه الطريقة، تصبح العلاقة مع المعارف acquaintances على المواقع الاجتماعية مشابهة للعلاقة التي ينسجها الافراد مع غرباء في قطار على سبيل المثال (Rubin, 1975) باعتبار أن هؤلاء الغرباء غير قادرين على النفاذ للإطار الاجتماعي للفرد ولا يستطيعون انتهاك حدوده، غير أن العلاقات على الخط تخضع لتكرار

التفاعلات أين تعمل اللقاءات الاولى على إرساء الاسس التي تجعل المستخدم قادرا على وضع قرار حول فتحه للعلاقة والاستمرار في تطويرها، تجاهلها، أو حتى قطعها، ومهما يكن، فإنها قد تشكل فرصة مناسبة جدا وجذابة بالنسبة للأفراد الانطوائيين، تساعدهم على تجاوز مشاكلهم وصعوباتهم في الواقعي، وتمثل لهم قناة وظيفية بديلة، وربما فرصة للتحرر و الانعتاق (Sheldon , 2008, p :68).

بالإضافة لذلك، علينا التنبه لجانب مهم يرتبط بفترة "المراهقة" ويتعلق أساسا بعلاقتهم بأوليائهم، والتي يتفق الباحثين أنها ترمز لفترة يتخللها الكثير من التشنجات والصراعات، وتميزها تخوف الأولياء على أبنائهم وإحاطتهم بمستوى عالي من الرقابة تترتب عنه عادة الكثير من الموانع والمحضورات، لكن في مقابل هذا التصور، نجد دعوات موازية لضرورة الانفتاح وكسر القيود عن كل فئات المجتمع، يقودها التيار المهيم لأغراض عديدة قد يكون آخرها التفكير في الرقي والتطور الثقافي لأفراد المجتمع، ذلك لأنها تشكل في الأصل فكرة مزعجة تهدد بقاء النسق المهيم، إلا إذا وُجّه هذا الانفتاح المزعوم نحو مخارج تافهة (لكنها آمنة للنظام) تصور على أنها إنجازات و فتوحات مجتمعية لا بد من الاحتفاء بها، ويتم التركيز بشكل عام على الشباب وخاصة الاناث، محاولين زرع بعض الافكار التي تحاول اقناعهم بأنهم لا يملكون مصائرهم وأن هناك سلطة أبوية أو مجتمعية تقمع حرياتهم الشخصية، ويطرح الكثير من الكتاب العرب هذه الفكرة، ويؤكد عليها مصطفى حجازي في سياق حديثه عن سيكولوجية التخلف:

"المثل الأوضح على ذلك هو المرأة التي يقع عليها الغرم الأكبر ويفرض على كيانها القسط الأوفر من الاستلاب، من خلال ما تتعرض له من تسلط و ما يفرض عليها من رضوخ و تبعية وإنكار لوجودها...وبذلك فهي تقاوم تحررها، وترسخ البنى التسلطية المتخلفة التي فرضت عليها. وأكثر من هذا تعميمها على الآخرين، من خلال نقلها الى أولادها. تنقلها الى البنات منهم حين تفرض عليهن عملية تشريط من اجل الرضوخ للرجل (الأب والأخ و الزوج) وتفرضها على الصبيان من خلال غرس النظرة الرضوخية للسلطة، والتبعية لسيادة القلة ذات الحظوة"

(حجازي، 2005، ص: 32)

وبغض النظر عن صحة هذه النظرة من عدمها أو حتى امكانية تعميمها كصورة كلية على كل المجتمعات (نقصد الدول وأيضا المجتمعات المحلية ذات الخصوصيات) ، فإنه من المثير للاهتمام أن هذا التصور المتحامل على المجتمع بشكل عام يتسرب بليوننة في أوساطه دون أن يتعرض للمساءلة الكافية، وقد لاقى هذا الطرح رواجاً كبيراً وسوّق له عبر وسائل الاعلام، وأصبح هاجساً للكثيرين من أفرادهم، منهم:

المعنيين بشكل مباشر: ويشكلون فئة الشباب وخاصة الاناث، بحيث تغلب على نقاشاتهم سبل التخلص من المؤامرة المجتمعية والاستغلال الذي يتعرضون له، وترتبط تصوراتهم بمحملها في ما يقال وبالأفكار المنتشرة أكثر من ارتباطها بمعاشهم وتجربتهم الشخصية.

المعنيين بشكل غير مباشر: وهم الأولياء في أغلب الأوقات، تقوم وسائل الاعلام وبرامجها بنقل نقاشات تجمع صحفيين وبعض المحللين النفسيين والاجتماعيين وتتطرق لمشاكل الشباب والمراهقين، تتجه بشكل عام نحو تضخيم خطورة فترة المراهقة، بل أكثر من ذلك، التساهل مع المراهقين وتلبية طلباتهم تفادياً لانزلاقات أخطر. الى جانب دور وسائل الاعلام، يلعب الاتصال الشخصي دوراً في تبادل الخبرات الحياتية حول موضوع التعامل مع المراهقين بين الأفراد، وانطلاقاً منها يشكلون توجههم حول كيفية التعامل مع أبنائهم.

ويبدو أن وسائل الاعلام والأنماط الاتصالية الأخرى قد نجحت فعلاً في تخويف الأولياء من المرحلة العمرية التي يمر بها أبنائهم، لكنها وبدلاً من أن تحفزهم على الحوار والملاطفة في مناقشة انشغالات أبنائهم وتزويدهم بالآليات الضرورية للوصول بهم لبر الأمان، جاءت بأثر عكسي نتج عنه تساهل مبالغ فيه وغض الطرف عن الكثير من سلوكياتهم بحجة صعوبة المرحلة وحساسيتها، بالإضافة الى حديث متكرر عن "الزمن الذي تغير" وما يجمله من صعوبات نفسية ومجتمعية، والاستشهاد بحوادث خطيرة كان ضحاياها فئة المراهقين، وهو في نظرنا جوهر الثقافة التقليدية التي تعلق الفشل على شماعة الظروف الخارجة عن ارادة الانسان، ويؤكد على ذلك **حجازي بقوله:**

"ان طغيان الانفعالات على هذا النسق يضع الانسان المتخلف أمام الحاجة الملحة للتخلص من ضغطها وما تخلقه من توتر داخلي صعب الاحتمال. ومن المعروف نفسياً، أن أكثر الوسائل فعالية وبدائية للتخلص من هذا التوتر، هو الاسقاط الذي يسمح بتصريف الانفعالات من خلال صبها على الخارج، على العالم و ظواهره وعلى الاشخاص و العلاقات معهم سواء بسواء، ولذلك فإن الانسان المتخلف يرى أعداءه حوله في ظواهر الطبيعة وعقباتها، وفي مواقف الآخرين منه. يتلون العالم بصيغة انفعالية بقدر التوتر الداخلي الذي يعاني منه، مما يصعد من حدة انفعالاته من خلال ارجاع الاثر كوسيلة لمحاكمة العداة الخارجي" (حجازي، 2005، ص: 72)

وعليه يصبح رأي الأولياء الذي يوجهه الخوف من الآثار المترتبة عن المواجهة، والأبناء المتطلعين للتحرر والتعبير عن ذواتهم يصبّان في نفس الاتجاه، وتشكّل النقاشات حول ضرورة ادخال التكنولوجيا الى المنزل وخاصة الانترنت مثالا عن ذلك، فتشكل الانترنت قبل الاعتبارات الاخرى، وسيلة لإبقاء الابناء في المنزل لحمايتهم من المحيط الخارجي غير المشجع، وهي للأبناء نافذة اضافية للتفاعل مع العالم الخارجي، فقد تحوّل موقع فايسبوك الى أفضل وسيلة اتصال وتفاعل عن بعد (عن طريق وسيط) في حالة تعذر الاتصال الشخصي لدى كلا الجنسين، ذلك بالإشارة لدور البعد المادي في المفاضلة بين الوسائل، فلا يتطلب استخدام الفايسبوك سوى النفاذ internet access للانترنت الذي يدفع اشتراكه الأولياء شهرياً، ومهما تنوعت الأسباب والتصورات المرتبطة بها (الأسباب) حول الخوض في العالم الافتراضي، يبدو أن المراهقين غير مباليين برأي الأولياء والفاعلين الاجتماعيين الآخرين بشأن انضمامهم لهذه المواقع سواء ارتبطت بالتشجيع أو المنع، ذلك لأنهم يعطون الأولوية لتلبية حاجاتهم، واقترح كل من (Baumeister and Leary 1995) وتوصلا نتيجة لتحليلاتهما الى أن هناك ثلاثة حاجات أساسية يبحث البشر - و من ضمنهم المراهقين في اعتقادنا- عن ارضائها: (Gollwitzer, 2001, p: 10110)

● الحاجة للانتماء need to belong: بمعنى انشاء والحفاظ على علاقات شخصية مستقرة وقوية مع الآخرين.

● الحاجة للتمييز distinguish oneself: تعبر عن رغبة الفرد في الاختلاف عن الآخرين، بحيث يبحث عن التنافس حتى مع اقرب الناس اليه اذا تعلق الامر بمواضيع شخصية ذات أهمية عالية.

- الحاجة لتقدير الذات high self-esteem: وتمثل اقصى وأبعد دافع انساني يحركه للقيام بأفعال ونشاطات مختلفة في حياته اليومية.

وانطلاقاً مما سبق، واستناداً على نتائج بحثنا، نستطيع القول أن موقع فايسبوك يمنح للمراهقين فرصة تحقيق الحاجات الثلاثة المذكورة ويؤكد Ryan من جانبه أن بعض الأهداف التي تنبع من داخل الفرد كالعلاقات الحميمة، نمو الشخصية أو مساهمة الفرد وانخراطه في المجتمع تفضي كلها الى ارضاء الاحتياجات، وبالتالي تعمل على تسهيل الصحة والعافية النفسية (Ryan, 2009, p: 2) وهي في اعتقادنا نفس متطلبات المراهق الجزائري.

علاقة دافع "التفاعل الاجتماعي" باستخدام ميزات الفاييسبوك:

أظهرت النتائج وجود علاقة طردية بارتباط موجب بين دافع "التفاعل الاجتماعي" وميزة تحديث الوضع (r=.19, p=0.01)، التعليقات (r=.20, p=0.01) الكتابة على الجدار (r=.20, p=0.01) الرسائل الخاصة (r=.17, p=0.01) الدردشة (r=.19, p=0.01) المجموعات (r=.18, p=0.01) التطبيقات (r=.17, p=0.01)

تشكل كل الأنشطة التي يقوم بها المستخدم على الموقع خطوات يحاول من ورائها التفاعل مع غيره، ويشكل كل دافع من الدوافع المذكورة سبباً للتفاعل الاجتماعي وربما نتيجة له، ذلك لأن التفاعل مع الموقع والمستخدمين هو لب تصميم المواقع وسبب الانضمام إليها. ويعد استخدام الفرد لميزات الموقع الخطوات العملية التي يتبعها لتحقيق التفاعل الاجتماعي الذي يتقاطع مع العوامل الأخرى كما يوضحه الجدول (37).

جدول (37) يوضح علاقة "التفاعل الاجتماعي" مع الدوافع الأخرى المشكلة لمقياس دوافع استخدام الفاييسبوك

التعرف على اشخاص جدد	تمضية اوقات الفراغ	التفاعل الاجتماعي	الترقية المهنية	الرفقة	توجه جديد	الهروبية	تقاسم المعلومات	الترفيه للاسترخاء	
.219**	.204**	1	.283**	.266*	.089	.164**	.150**	.197**	التفاعل الاجتماعي

يمكن أن نفسر علاقة التفاعل الاجتماعي social interaction باستخدام الميزات انطلاقاً من فكرة أنها لب تشكل المجتمعات الافتراضية والحفاظ عليها، ويعد التفاعل النقطة المحورية التي تؤسس لتحقيق دوافع المستخدمين على تنوعها، ذلك أن منبعها عادة الشعور بغياب التفاعل في أوساطهم المجتمعية، ويلحقها كسلوك دفاعي محاولة تعويض تلك الحالة أو عدم الارتياح باستخدام المواقع التفاعلية، فبالرغم من الانتقادات والتخوفات التي تعكس نظرة تشاؤمية متوجسة من تأثيرات الانترنت السلبية، أظهرت العديد من الأبحاث إمبيريقياً أن استخدام الانترنت والفضاء الافتراضي لا يؤدي إلى اختفاء وتدهور العلاقات وجها لوجه، بحيث دُفعت نظرة أخرى للأمام تحتاج بأن الانترنت ظاهرة ايجابية تمثل تكملة للتفاعل خارج الخط و ليس بديلاً عنه، فالمجتمعات الافتراضية يمكن أن تستخدم لسد فجوة حدثت في المجتمعات، ويؤكد Soukup (2006) على أن المجتمعات الافتراضية تشكل مكاناً ثالثاً يعزز المحادثة في أرضية محايدة neutral ground، وتقدم اغائة وتخفيف لمطالب المنزل والعمل المرهقة كما توفر شعوراً بالانتماء يرتبط بالمشاركة في الأنشطة الاجتماعية للمجموعة، ويضيف:

“That virtual third places create a new symbolic environment for socialization to occur. He claims that being “virtual” refers to both the necessity for communication to take place digitally and a necessary detachment from a physical, local community”

(Jerod, 2013, p: 24)

وقد وصف Rheingold تجربة المشاركة في إحدى المجتمعات الافتراضية الأولى في الظهور (Well) وأشار إلى أن (Rheingold, 1993, p : 12):

“الأفراد في المجتمعات الافتراضية يتبادلون النكت و النقاشات... يدخلون في خطابات ثقافية... يمارسون التجارة ويتبادلون العلم... يتقاسمون الأحاسيس... يضعون الخطط... ويقعون في الحب... يجادون الأصدقاء و يخسروهم، الأفراد في المجتمعات الافتراضية يقومون بنفس ما يقوم به الأفراد في العالم الحقيقي ، لكن نترك أجسادنا خلفنا، لا يمكنك أن تقبل أحد و لا يمكن لأحد أن يلصقك في أنفك ، لكن الكثير يمكن أن يحدث ضمن هذه الحدود...”

وحتى تصبح هذه المجتمعات الافتراضية قابلة للحياة، على المشاركين التجمع والتفاعل ضمن فضاء ثقافي محدد، ويعكس بناء رمزي لمكان افتراضي كالألعاب أو المجموعات وغرف الدردشة، تسمح لهم بالتوصل لتفاهات متبادلة لإشباع حاجة الشعور بالتفاعل الجسدي الى حد ما، فتشكيل المجتمعات سواء كانت حقيقية أم افتراضية تتطلب وجود هدف مشترك بين المشاركين، فقد تعمل المجتمعات الافتراضية على تغطية نقائص اتصالية تفاعلية لا يوفرها العالم الواقعي للفرد ما يضطره للبحث افتراضيا عن أفراد وجماعات يتقاسم معهم نفس الاهتمامات والأفكار والأنشطة، ويؤكد (Slevin, 2000):

“On the Internet, millions of people are involved in virtual social relationships. The members of virtual communities are associated through a common practice or interest. Most of the virtual communities are specialized in a certain narrow field. In this discursive arena, likeminded people can develop their interests and the practices in which they are engaged”

(Falkheimer, 2009, p: 62)

وتبين نتائجنا أهمية التركيز على الحالات والوضعيات التي تربط المشاركين في المجتمعات الافتراضية مع بعضهم البعض، والتي يشعرون من خلالها أنهم في عالم واقعي بكل أبعاده حتى وإن غاب التلامس الفيزيقي، فالاندماج والتلاحم العاطفي والوجداني يعوض النقائص الأخرى ويؤدي إلى إنشاء علاقات لا تقل أهمية عن تلك الحاصلة في العالم الملموس تستمر وتتطور حسب إرادة الأطراف المشاركة فيها. وقد تؤدي التفاعلات التي تحصل عبر الفاييسبوك والمتشكلة في رحاب Web(2.0) إلى علاقات شخصية حميمة تساوي تلك التي تحصل في واقع الحياة لما يُعطي لها الوقت الكافي للتطور، وقد وجدت حالات لأشخاص تعارفوا عبر هذه المواقع و طوروا صداقات حميمة ودائمة بينهم امتدت كخطوة أولى لوسائل اتصالية أخرى ثم إلى اللقاء الجسماني في العالم الحقيقي خارج الخط وهو ما يؤكد (Harrison, 2009, p : 116).

من جانب آخر، اقترح Castells 2002 بأن الدور الأساسي للانترنت في هيكلية العلاقات الاجتماعية هو مساهمتها في مآمنة جديدة مبنية على "الفردانية" ويرى أن تطور تطبيقات الشبكة والتي تحمل التبادلات بين المستخدمين هي دليل على أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعية تعمل على الاتصال وليس الانعزالية وأن هذه الممارسات الجديدة التي تظهر هي امتداد للحياة الواقعية extension de la vie réelle ، فالانترنت تعمل على الاحتفاظ sauvegarder بالروابط الضعيفة والحفاظة على العلاقات القوية الصلبة عن بعد، كما أنها تسمح بإثراء الشبكة العلاقاتية للفرد، و يقول Castells بهذا الصدد:

« *Les réseaux en ligne, lorsqu'ils se stabilisent peuvent engendrer de véritables communautés...certes virtuelles mais pas nécessairement moins fortes ou moins efficaces pour maintenir un contact ou mobiliser ...* » (Castells, 2002, p : 164)

فالأشكال المتعددة لتواصل الأفراد عبر المواقع والتي تتجلى في عدد من الميزات وعلى رأسها البروفائيات profiles تخدم أغراضا عديدة وتعطي اشارات متنوعة تحدث التفاعلات وتحفز استمراريتها، بحيث يعلن المستخدمون عن تشكيل علاقاتهم وعرضها، ويضعون المحتويات ويحددون من يستطيع الوصول إليها،

“*Facebook is a panoptic sorting machine. It first identifies the interests of the users by requiring them to upload personal data for registering and allowing them to communicate in interests groups, with their friends, and to upload personal user-generated content*” (Fuchs, 2011, p: 139)

فمن خلال نشر الصور والكشف عن العلاقات الاجتماعية، والأذواق، والمشاعر، وتحديث الوضع، يجعل المستخدمون ذواتهم مكشوفة ومرئية visible ويؤكدون على هوياتهم وحقهم في التواجد الإلكتروني، فترك رسالة على جدار صديق مثلا تساهم في بناء المجتمعات الافتراضية، ويستند المستخدمون على المعلومات المقدمة

من أجل تصفح بروفائلات الآخرين والتوصل لأصدقاء مشتركين، فهذه الاتصالات تمثل ما يشير اليه علماء الاجتماع بشبكات اجتماعية فردية person's social network والتي تحيل لمجموعة العلاقات الاجتماعية التي يحافظ عليها المستخدمين ويتصورون مستوياتها المتفاوتة من حيث القوة والأهمية،

“From an adoption perspective it enabled users to find shared contacts easily, thus lowering the barriers to initiating contact with other users and enabling users to harness network effects more easily. From a social perspective, it allowed people to easily see the relationships between others, to reconnect with old friends and acquaintances, and to travel through the network in a way that enhanced social interactions”

(Ellison & Boyd, 2013, p: 6)

فالدافع الأساسي الذي يربط مختلف الأنشطة على الموقع هو الحاجة للتفاعل الاجتماعي، باعتبارها الحاجة التي تحرك المستخدم وكذلك الوسيلة التي يوظفها لممارسة أنشطة أخرى تؤدي الى علاقات جانبية تشبع حاجات أخرى قد تأخذ الأولوية مع مرور الوقت، مع العلم أن كل النشاطات تركز على استخدام الميزات باعتبارها وسائل وليست غايات في حد ذاتها.

3- استخدام ميزات الفايسبوك و علاقتها برأس المال الاجتماعي:

أظهرت النتائج وجود علاقة طردية بارتباط موجب بين بعض ميزات الفايسبوك وعاملي رأس المال الاجتماعي (الرضا عن الحياة وتقدير الذات)، في حين غابت العلاقة مع عامل "الثقة الاجتماعية".

ارتباط موجب بين استخدام ميزة "تحديث الوضع" و"الرضا عن الحياة" ($r=.10, p=0.05$)

ارتباط موجب بين استخدام ميزة "المجموعات" و"الرضا عن الحياة" ($r=.10, p=0.05$)

ارتباط موجب بين استخدام ميزة "التطبيقات" و"الرضا عن الحياة" ($r=.16, p=0.01$)

ارتباط موجب بين استخدام ميزة "الدردشة" و"تقدير الذات" ($r=.17, p=0.01$)

استخدام ميزات الفايسبوك و علاقتها بالرضا عن الحياة:

أظهرت نتائج الارتباط بين استخدام الأفراد لميزات الفايسبوك والرضا عن الحياة إلى وجود علاقة طردية بارتباط موجب بين المتغيرين، ما يعني أنه كلما زاد استخدام الفرد لميزات الفايسبوك فإن ذلك يؤدي إلى زيادة رضاه عن حياته والتي تحمل بدورها أثراً إيجابياً على تراكم رأس المال الاجتماعي، من جانب آخر، تؤدي الزيادة في الرضا عن الحياة إلى الزيادة في استخدام ميزات الفايسبوك.

ركزت الكثير من الأبحاث في دراستها لموضوع الرضا عن الحياة على الجوانب المادية المتمثلة في الفروق الاجتماعية والاقتصادية socio-economic (الدخل، التعليم، والوضع الوظيفي) وامكانيات الارتباط بينهما، وعلى الرغم من أهميتها في وصول الأفراد لمستوى معين من المتعة في حياتهم، إلا أنها لا تغطي كل الجوانب الحياتية للأفراد ولا يمكن الاقتصار عليها في تحليلاتنا، ذلك لأنها لا تعطينا صورة متكاملة وكافية، وبهذا الصدد، يشير الباحثين بأن التفاوت في الرضا عن الحياة يميل للارتباط أكثر بالجوانب الاجتماعية النفسية socio-emotional وخاصة العلاقات الحميمة والصحة النفسية، وعليه يكون المنطلق في البحث عن محددات الرضا عن الحياة على صعيدين اثنين: العمليات النفسية الداخلية والظروف الخارجية:

“Determinants of life-satisfaction can be searched for at two levels; external conditions and inner psychological processes. If we can identify external circumstances in which people tend to be satisfied, we could potentially try to create such conditions for everybody. On the other hand, if we could understand the mental processes involved in obtaining high levels of life satisfaction, then it would be theoretically possible to assist others to acquire them” (Veenhoven, 1996, p: 5)

يقترح الدارسون ضرورة التركيز على الظروف الخارجية المحيطة بالأفراد بالإضافة للسيرورات النفسية الداخلية من أجل تقديم فهم أفضل للرضا عن الحياة، ويبدو لنا أن الفصل بين الاثنين في فهم استخدامات التكنولوجيات ليس بالمسألة الهينة، خاصة إذا علمنا أن دوافع الاستخدام تتراوح بين حاجات نفسية واجتماعية يسعى الفرد لتحقيقها عبر خوضه في تفاعلات افتراضية موازية لتلك الموجودة في عالمه الفيزيقي، وذلك ما يستدعي التركيز على الفرد وتتبع أنشطته على المواقع لأنه الأقدر على تقديم المؤشرات الضرورية للتفسير.

من هذا المنطلق، يجدر بنا التذكير أولاً بأن الرضا عن الحياة هو أحد أهم مؤشرات السعادة النفسية وجودة الحياة الضرورية من أجل التطور النفسي والاجتماعي لدى الأفراد، فهو احساس داخلي بالنسبة للفرد يظهر في سلوكه واستجاباته، كما يُقصد بالرضا عن الحياة كذلك تقييم الفرد لنوعية الحياة التي يعيشها طبقاً لنسقه القيمي، ويعادل بعض الباحثين (Diener, Emmons, 1985) بين الرضا عن الحياة والسعادة الذاتية والاطمئنان الشخصي، وقد أظهرت الأبحاث الحالية وسلطت الضوء على أنّ رضا الأفراد عن حياتهم محدّدة من خلال الروابط الاجتماعية التي يمتلكونها، بحيث أنّ آراء أصدقاء الفرد الإيجابية والمأنسة الاجتماعية التي تميّز علاقته بغيره والاتصالات الشخصية المتكررة ذات الأثر الإيجابي والسعادة التي تميّز أعضاء الأسرة الواحدة، تعدّ كلّها عوامل ترتبط بالمستوى العالي للرضا عن الحياة والسعادة.

لما نقوم بتمديد هذا المنطق لفضاء مواقع شبكات التواصل الاجتماعية، وبالتركيز على موقع فايسبوك واستناداً على النتائج التي توصلنا إليها، نرى أنّ الأفراد الذين يشاركون في موقع "فايسبوك" بنشاط هم الأكثر عرضة لتجربة الروابط والشعور بالسعادة النفسية وتجاوز النتائج السلبية (Cotten, Ford, Ford, & Hale, 2012, 2014, (Cotten, Anderson, & McCullough, 2013) بحيث أثبتت عدة دراسات ان استخدام الشباب و المراهقون لهذه المواقع يعمل على تعزيز علاقاتهم على الخط وخارجه، وهو الموضوع الذي ركزت عليه الكثير من الدراسات:

“So far, existing research has invested significant efforts into understanding implications of Social Media adoption for users, including young adolescents. On the positive side, studies underline the benefits of social connectedness and social capital as users seek advice and emotional support from friends and relatives on Social Networking Sites (SNSs), like Facebook”

(Krasnova, 2013, p: 1)

كما أنّ العلاقة بين السعادة الشخصية والفيسبوك يمكن أن تكون متبادلة، فالطلبة الذين يملكون مستوى منخفض من الرضا عن الحياة يسعون للمشاركة في مواقع شبكات التواصل الاجتماعية من أجل رفع وزيادة مستوى سعادتهم الشخصية، التي لا يمكنهم تحقيقها في محيطهم الفيزيقي، وهو ما يعبر عنه Sabatibi :

“Those with lower self-esteem and those who are less satisfied with their life gained more from their use of Facebook in terms of bridging social capital than participants with higher self-esteem. In the authors’ approach, the effect of online networking is basically mediated by its ability to deepen and expand users’ social relationships”

(Sabatibi, 2014, p: 5)

ويرى كل من (Kahneman and Krueger, 2006) أنّ الروابط الاجتماعية هي عامل محدد للرضا عن الحياة، ويعني ذلك أنّ المحافظة والنفاد إلى العلاقات الاجتماعية يعتبران ضروريّان للرضا الشخصي، ويبدو أنّ الفيسبوك يحقّق هذا الشرط، فتطوّر الموقع السريع وقدراته التقيّة تساعد المستخدمين على البقاء في اتصال وكذلك تسهّل لهم رصد نشاطات أصدقائهم ومعارفهم خلال الموقع،

“While “what you know” is important in terms of achieving goals, “who you know” can have a significant impact on one’s ability to achieve important goals by providing information, access and other valuable “connections”

(Olson, 2012, p: 135)

كما يعمل الفيسبوك على تسهيل مهمّة إيجاد معارف قدماء والتعرّف على أصدقاء جدد والحفاظ على الاثنين، ومنه يسمح استخدام الموقع بتطوير الاحساس بالرفاهيّة في محيط جديد وتطوير روابط اجتماعية تساعد

المستخدم على زيادة استقراره ورضاه عن حياته. وتتفق مع كل من (Leary and Kowalski, 1990) في حقيقة تأثر المستخدمين ببعضهم في ما يخص آراءهم في بعضهم البعض حول أنشطتهم في الفيسبوك، فنرى أنه لما يُظهر أحد أصدقاء المستخدم فرحا وسعادة فيما يرتبط بحالته الخاصة ونشاطه في الموقع، فإن ذلك يحسّن شعوره الى نحو أفضل ويجعله متحمّسا لأن يريهم ملقّاته الشخصيّة ولأن يثبت وجوده أكثر، فالتقنية التي يوفرها موقع فيسبوك تسهّل اطلاع الأصدقاء على ما يضعه أصدقاؤهم، ويمكنهم كذلك إظهار ردود أفعالهم والتعليق وإظهار أن هناك محتويات (فيديوهات، صور، معلومات...) مرتبطة بالمستخدم تعجبهم.

في نفس السياق، يشير الباحثون الى أن تنوع حاجات المستخدمين والتي تتضمن التعبير والكشف عن ذواتهم، تقاسم المعلومات التعبيرية، والتفاعل الاجتماعي وغيرها، تدفعهم الى محاولة تحقيقها اعتمادا على عدد معين من الميزات التي تساعدهم من خلال: أولا: وضع ومشاركة sharing & posting المحتويات، بالاضافة الى الاعجاب liking والتعليق commenting وتشير كلها لنشاط المستخدمين العلني public والذي يستطيع غالبية الأصدقاء الاطلاع عليه والتفاعل معه، ثانيا: الدردشة chatting التي تمثل شكلا من أشكال النشاط الخاص، يلجأ اليه المستخدم لجعل تفاعلاته أكثر سرية وخصوصية وضمن حيز ضيق، ويؤكد Wenninger:

“Public status updates (in the form of text or photos) and comments represent salient ways of active participation on Facebook, as they imply interaction to or with other community members. Extant studies suggest a positive (or at least a non-negative) relationship between indices of active participation and Subjective Well-Being” (Wenninger, 2014, p: 6)

تدعم نتائج الدراسات ما توصلنا اليه، وهو وجود علاقة موجبة بين مؤشرات المشاركة النشطة والرفاه الذاتي بشكل عام، بحيث توصل الباحثون الى أن الكشف عن الذات self-disclosure يحمل آثارا ايجابية لمستوى سعادة الافراد (Kim and Lee, 2011; Kim et al., 2013)، وتوازنهم العاطفي affective balance (Lee et al., 2011) ورضاهم عن حياتهم life satisfaction (Lee et al., 2011; Wang, 2013)، كما أن الاتصال والمشاركة النشطة العلنية يرتبط بالدعم العاطفي، الترابط الاجتماعي، ورأس المال الاجتماعي (e.g. Kalpidou et

(Tamir and al., 2011; Koroleva et al., 2011), كما تم تأكيد آثار المشاركة النشطة في الابحاث الاكلينيكية (Mitchell, 2012) بحيث أن كلام المستخدم عن ذاته يؤدي الى تفعيل بعض مناطق الدماغ التي تستجيب للتجارب المجزية داخليا.

من ناحية أخرى، يمكن للسعادة التي تنتج أن تحمل أثرا مضاعفا من خلال ما يسمى العدوى العاطفية emotional contagion بحيث يصاب الأفراد بتأثير الحالة العاطفية الايجابية التي يرونها ويختبرونها في غيرهم، وبشكل مشابه تستطيع الوسائط الاجتماعية تحقيق ذلك بشكل أفضل نظرا للأعداد الهائلة التي تستخدمها يوميا، وكذلك الوقت الذي يستثمرونه في نشر المحتويات والمعلومات عن ذواتهم والأحداث حولهم:

“The information individuals post has the potential to create positive emotions in others and accelerate the impact of positive change (Aaker & Smith, 2010). Posting and sharing positive information could provide informational social support that would facilitate other’s efficacy and ability to achieve goals that are important to them” (Olson, 2012, p: 135)

فإلى جانب المشاركة النشطة، ينبّه الكثير من الباحثين لأهمية المتابعة السلبية passive following للمحتويات التي يشاركها المستخدمون الآخرون عن ذواتهم باعتبارها الأنشطة المهيمنة على مواقع الشبكات الاجتماعية، وهو ما يدعوه الباحثون ايضا content consumption، social searching أو social browsing (Wise, 2010) بحيث ترتبط بإطلاع المستخدمون على آخر الاخبار والنقر على القصص والمحتويات التي تثير اهتمامهم، أو تصفح بروفائلات الغير، وهي الانشطة التي تسمح لهم بتوسيع آفاقهم وبناء شعورهم بالارتباط:

“Apparently, widespread engagement in this activity signals a positive affect users experience in the process of social browsing. Following details of others’ lives may also have positive cognitive effects since it helps to reduce uncertainty, thereby providing basis for social trust, civic engagement and political participation” (Krasnova, 2013, p :2)

وعلى النقيض من ميزة تحديث الوضع والتعليقات، تعتبر ميزة Liking خليطاً يشير الى المشاركة النشطة والمتابعة السلبية، فبالرغم من أنها تتطلب فعل نشط، إلا أنها مع ذلك تستدعي تورطاً اقل من طرف المستخدم، وهي اشارة على استحسان المحتوى (Spiliotopoulos, 2013) وتعطي دليل وتأكيد بأن المحتوى قد تمت قراءته (Bosch, 2013) ويشير Hamilton بأن التأشير بالإعجاب على المحتويات يعتبر مورد نادر بالرغم من أنه لا يتطلب جهداً كبيراً (Hamilton, 2012, p : 12) فغالبية المستخدمين يميلون لتلقي الاعجابات أكثر من تقديمها، ويكون ذلك دليل على ميولهم لدعم العلاقات مع غيرهم، ويفسره المتلقين لها (الاعجابات) على أنها اشارة على الميول الشخصي والاهتمام، ما ينتج عنه أثر معتبر على الجوانب النفسية للمتلقين:

“As a result, “likes” are likely to induce positive feelings in the recipient, and hence help to reinforce a positive relationship between both parties involved - an outcome which is often seen as a foundation for personal life satisfaction and happiness”

(Wenninger, 2014, p: 7)

تسمح ميزة Liking للمستخدم معرفة أنّ هناك من هو معجب بمحتوياته وهذا ما يجعله فرحاً ويؤثر على رضاه عن حياته ويزيد من اندماجه في الموقع وتفاعله الايجابي مع أصدقائه، ويبرز ذلك بشكل أحسن من خلال المجموعات Groups التي تضم عادة جمهوراً اقل أكثر انتقائية، لأنها ترتبط بموضوع واهتمامات محددة، ويعد التفاعل ضرورة حتمية لاستمرار المجموعة في النشاط والوجود. يرى (Francis, 1999) أنّ الأفراد الذين يضعون الكثير من المحتويات... ويواضبون على ذلك يعتبرون اجتماعيين Sociable وذوي شخصية منفتحة، كما أنّ وجود اتصالات شخصية منتظمة مثل Wall posts و Comments لها تأثير ايجابي على سعادة الفرد على الموقع والتي تنعكس على حياته خارجه نتيجة تجاوزه لبعض الصعوبات التي كان يُعاني منها وساعده الموقع على تجاؤها نظراً لما يوفّره من امكانيّة التعرّف على أفراد ومعارف جدد خارجين عن المحيط الفيزيقي للمستخدم وبذلك يمكن تصوّر استخدام ميزات الفاييسبوك كوسيلة فعّالة تعمل على رفع مستوى الرضا عن الحياة والسعادة عند المستخدمين وتسمح لهم بالظهور بالطريقة التي يريدونها.

استخدام ميزات الفايبروك و علاقتها بتقدير الذات:

يعاني البشر من عدة ضغوطات تتخلل حياتهم اليومية وأحداثها التي تشعرهم بالقلق والاجهاد، وتعكس كلّها تهديدات يكون مصدرها الحوادث والمتاعب المالية والمشاكل في العمل أو مع العائلة، ومن خلال ردود الأفعال العاطفية والجسدية للوضعيات السابقة، والتي تجعلهم منهكين ومشتتي الذهن والانتباه عن كل ما يحيط بهم، خاصة علاقاتهم الاجتماعية ومن حولهم من أفراد قد تطل أقرب أقرانهم ومحيطهم الأسري:

“Regardless of whom you are or what you do, chances are you spending a lot of time entrenched in the busyness of life, worrying about getting everything done, and feeling out of control. We feel obligations and pressures which are both physical and mental and the attached stress, which can be quite debilitating, is not always obvious to us” (Pty, 2007, p: 4)

ونلاحظ أن الانهماك في الأنشطة اليومية المتنوعة والضغوطات الحياتية التي يتعرض لها افراد المجتمع الجزائري، وخاصة الآباء والابناء، لا تعطي الوقت الكافي لكليهما من أجل الدخول في حوارات وتفاعلات معمقة، فالآباء والأمهات مرغمون على الانشغال بتحصيل الجوانب المادية الضرورية وإعطاء الاولوية لها لتوفير حياة كريمة لأبنائهم، ذلك رغم وعيهم بأهمية دورهم في تقديم حد أدنى من الدعم العاطفي لأبنائهم،

“Emotional support involves the expression of empathy, caring, reassurance and trust and provides opportunities for emotional expression and venting” (Cohen, 2004, p: 677)

لكن، يبدو أن تتابع الزمن وضيقه والأحداث اليومية المتشابكة يجعل ذلك مستحيلا؛ نفس الشيء ينطبق على الأبناء الذين أرهقتهم البرامج الدراسية المكثفة، بالإضافة لدروس الدعم التي تمتص معظم أوقات فراغهم، وقد ينتج عن هذا الانفصال بين الآباء والأبناء و في حالة ما يكون متواصل ومستمر الكثير من التعقيدات النفسية

للأبناء، خاصة في المرحلة العمرية الحرجة التي تتكوّن خلالها ذواتهم وهوياتهم النفسية والتي تتطلب وضعية مستقرة والمزيد من الحوار والتقارب، ويرى Terrier & Terrier بأن المراهقة تعد مرحلة بحث عن النضج والتطور تسمح للمراهق بإعادة تنظيم واستكمال تطوره وتحديد هويته، ويؤكد Terrier على دور وساطة البالغين في سيرورة نضج أبنائهم:

« les adultes doivent s'acquitter pour aider les adolescent à accomplir ce processus, du fait de l'inadéquation de l'adolescent au monde, le processus a besoin d'un intercesseur pour pouvoir se dérouler c'est-à-dire l'importance d'un environnement susceptible de lui donner les moyens de trouver lui même sa vérité et non d'assouvir ses exigences »

(BOUSSAFSAF, 2007, p : 94)

ويشير Rollins & Thomas بأن تقدير المراهقون لذواتهم يرتبط بعلاقتهم بأوليائهم، شعورهم اتجاه أوليائهم (Cooper, Holman, and Braithwaite, 1983) التصورات المرتبطة بالقبول الاسري والاتصال الداخلي والرضا المتقاسم (Watkins and Astilla, 1980) وكذلك دعم الوالدين أو سيطرتهم (Openshaw, Thomas, and Rollins, 1983, 1984) بالإضافة الى ضرورة وجود اتصالات مفتوحة ومتكررة بين الآباء والأبناء:

“In addition to support, control, and participation, another mediating variable, parent-adolescent communication is suggested by Olson's Circumplex Model of Marital and Family Systems (Barnes and Olson, 1985; Olson, McCubbin, Barnes, Larsen, Muxen, and Wilson, 1983) According to this model, open and frequent communication is critical in that it enables supportive-affectional feelings and behaviors to be transmitted between family members” (Demo, 1987, p: 2)

بحيث تأيد الكثير من الأبحاث دور الاتصال في الحياة الاسرية، ويمكن تصوّر آثار غيابه وما يتبعه من عناصر أساسية في الحياة الأسرية للمراهقين وكذلك انعكاسها على حياتهم النفسية وبالخصوص تقديرهم لذواتهم، بحيث يشير الباحثون الى أن غياب الوالدين وتقصيرهم في تلبية حاجات أبنائهم يؤدي الى نتائج سلبية متعددة على الأبناء (Yang, 2010, p : 64)، كما تتسبب عوامل مجتمعية أخرى في انخفاض تقدير الذات لدى المراهقين لخصها Deshpande في النقاط الآتية: (Deshpande , 2013, p : 3)

- التقييم السلبي المتكرر من طرف الآخرين: بحيث أن وصف الفرد ببعض الأوصاف تنتهي به الى تصديقها.
- الانتقادات الحادة والمتكررة: بحيث يتراجع تقدير الافراد لذواتهم إذا أُخبروا بأنهم سيئين وأنهم دون المستوى.
- النكت السلبية والمزاح الشائك: تميل الى اخفاء الانتقادات في قالب هزلي، وهي أكثر أذية من الاحتقار والإحباط العلني.
- الاخطاء أو الفشل: وعلى الرغم من أنها حوادث عادية في مسار اكتساب التجارب، إلا أنها يمكن أن تقلل من تقدير الكثيرين لذواتهم في نهاية المطاف.

وهي عناصر يسهل ملاحظة تواجدها بحدة في عالم الحياة اليومية للجزائريين، وكل ما ينطوي تحتها من عنف جسدي، لفظي ورمزي، وما يحيل إليه من انعكاسات سلبية لدى المراهقين، وتصور أنها تعيق تطورهم وتقديرهم لذواتهم مع شعورهم العميق بالحزن واليأس وقلة الحيلة، ونرى أنه يصعب تتبع مصدرها ومرتكبيها وحتى أهدافهم، بحيث تشير أحيانا لإرادة التوبيخ وأحيانا أخرى للتعبير عن القلق والانشغال بمستقبل المراهق، لكن ومهما كان القصد من ورائها، لا بد من الاعتراف بأن الإهانة مثلا تشكل احدى الممارسات المفضلة داخل المجتمع الجزائري وتستهدف الحط من قيمة الغير وتأكيد التفوق الذاتي، ويرى MOÏSE بأنها (الإهانة):

« Elle marque les limites de toute communication, elle est la frontière avant l'agression physique ; peut-être même l'empêche-t-elle, la contient-elle. L'injure évidemment viole les lois du discours comme contrat de parole, coopération, politesse, elle est violence faite à la face négative de l'autre, à son intimité donc. Elle catégorise ce dernier, le réduit à une essence dégradante, négative, en ce qu'elle est une défiguration de l'injurié. Dans un rapport de force, dans une tension violente, l'injure permet de nier l'autre dans une prise de pouvoir affirmée. Elle permet de rejouer une identité»

(Youcef, 2011, p: 46)

ويعمل تكرار وتوسع هذه الممارسات السلبية وغيرها في جعل المراهقين يصدقون ما يقال لهم وعنهم، وتشكل على أساسها أفكارهم حول حقيقتهم استنادا للتجارب التي عايشوها والرسائل التي وجهت لهم، ويصبح ذلك جزء من نظرتهم لذواتهم وجوهر تديني تقديرهم لذواتهم، الشيء الذي يعمل على تلوين جوانب عديدة من حياتهم، ويؤثر على دراستهم وعملهم، علاقاتهم الشخصية، اهتمامهم بذواتهم، وكذلك أنشطتهم الترفيهية (Fennell, 2009, p : 8-11).

نتيجة لوضعية مشابهة، قد تكون مواقع شبكات التواصل الاجتماعية أحد المخارج المتوفرة أمام المراهقين، والتي توفر فضاء تنشأ فيه علاقات و روابط اجتماعية متنوعة بين المستخدمين تنافس تلك التي لديهم في عالمهم الواقعي أو تكملها، ويسمح الفايسبوك بدمقرطة الاتصال (Kiesler, Siegel, & McGuire, 1984) ويحفز التفاعلات بين الأفراد، ويساعد المستخدمين على تجاوز صعوبات الاتصال، ويعمل على انماء النتائج الايجابية بشكل أكثر فعالية من الاتصال وجه لوجه وعبر بعض التكنولوجيات السابقة له من حيث الوجود، بحيث يؤكد Kiesler على أن :

“Without non verbal tools, a sender cannot easily alter the mood of a message, communicate a sense of individuality or exercise dominance or charisma ...Communicators feels a greater sense of anonymity and detects less individuality in others” (Kiesler, 1986, p: 48)

وعليه، يتمكّن المستخدم من التعبير على وضعه واحتياجاته بحرية وثقة أكبر، ذلك لأن الفايسبوك يوفر من أجل هذه الغاية قدرات تقنيّة يستغلها المستخدمون في التعبير عن أفكارهم و تعليقاتهم عن طريق الكتابة عوضاً عن الطرق المتوفرة بشكل طبيعي available naturally (الكلام والاشارات) في محيطهم الاجتماعي الفيزيقي (Walther, 1996, p : 15)، كما أن كشف المعلومات يعزز تصورات المستخدمين حول بعضهم تمهيدا لمزيد من التبادل وكل ذلك على أساس الارتياح الذي يحس به المستخدم ويرفع من تقديره لذاته:

“As pointed by Ellison et al. (2010), the information provided in SNS profiles can lower the barriers to initial interaction and facilitate formation of common ground. Such information can include contact information, background data, personal characteristics such as favorite music, films or other preference and taste indicators, and photographs”

(Steinfeld, 2012, p: 5)

وقد توصل Valkenberg, Peter, and Schouten (2006) الى أن تردد وتكرار استخدام موقع فايسبوك له علاقة بتقديرهم لذواتهم وسعادتهم النفسية، بحيث يعمل موقع فايسبوك على استقطاب المستخدمين بتوفير جو مناسب للتفاعل وتبادل المعلومات والمعارف والنقاش حول اهتمامات مشتركة، بحيث ينضمُّ الأفراد لهذا الموقع باحثين عن تلبية احتياجاتهم المختلفة، ويوضح G D’Amato هذا قائلاً:

“Several studies and expert opinions suggest that use of social media in general might have a beneficial effect on children and adolescents by enhancing communication, social connection, and even technical skills” (D’Amato, 2012, p: 403)

وعليه يتابع الأفراد الاستثمار في علاقاتهم الاسرية مع توقع عوائد معينة، ويفعلون ذلك كذلك من خلال الدخول للمواقع التفاعلية لتلقي المزيد من الدعم العاطفي، ويرى Lin:

“resources embedded in social relations enhance outcomes by facilitating the flow of information (e.g. about opportunities), exerting influence (e.g. hiring a friend of friend), clarifying social credentials (e.g. signifying that someone does indeed have access to resources stemming from a group that stands behind them), and reinforcing identity and recognition that can contribute to an individual’s sense that the social group is there to provide emotional support” (Steinfeld, 2012, p: 6)

وتذكر Gangadharbatla أن هناك أسباب عديدة لاستخدام الفايسبوك من ضمنها الشعور بالانتماء والحاجة الى المعلومات، تحقيق الاهداف، الهوية الذاتية، القيم، والحاجة للسلوك المقبول، وهي عوامل ترتبط جميعها بالحاجة الى الاعتراف need for cognition والحاجة الى الانتماء (Gangadharbatla, 2008, p : 6)، وخاصة حاجة الوصول لمستوى عالي من تقدير الذات، ويؤكد منظري النمو وعلى رأسهم Erik Erikson أن انشاء علاقات قوية مع الاقران تعد متغيرا مفتاحيا في نموهم وتطورهم وتساهم في تحقيق سعادتهم النفسية ورفاههم العام، فإذا تمكن المراهقين من تشكيل احساس حقيقي بذواتهم في ظل قبول ايجابي من جماعات اقرانهم، فإنهم يتمكنون من تحصيل تقدير عالي لذواتهم (Erikson, 1993; Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukopadhyay & Scherlis, 1998; Luhtanen & Crocker, 1992; Subrahmanyam & Greenfield, 2008;

(Valkenburg, P.M. & Peter, 2007) وهي الحاجات التي يشبعها المراهقون من خلال حوضهم في المواقع التفاعلية وما توفره من ميزات.

ففي إطار بحثهم عن ذواتهم، يعمل المراهقون على تجربة جوانب عديدة من شخصيتهم وهوياتهم ويمارسون كثيرا من أفكارهم المجردة لملاحظة ردود أفعال أقرانهم حولها، ذلك لأن تفاعلات الحياة اليومية تكبحهم وتزج بهم في وضعيات وجوانب عديدة تجعلهم غير مرتاحين ومتخوفين من الانعكاسات الاجتماعية لأفكارهم أو ميولاتهم اتجاه أفعال معينة، وعليه ينطلقون في محاولة تجاوزه ذلك السياق مرتكزين على دور الانترنت ومواقعها في التقليل من الاشارات السمعية والبصرية باستثناء تلك التي يسمحون هم بتمريرها، وهو الشيء الذي يستغلونه في التأكيد على جوانب محددة من ذواتهم بإبرازها وبناء تمثلات على أساسها في أذهان المستخدمين الآخرين، كما يتمكنون من إخفاء أو تغيير ملامح شخصية اخرى. (Levy-Warren, 1996)

يحدث التفاعل في الفضاء الافتراضي في سياق ضيق يعطي للمستخدم امكانية التحكم في سيرورته بشكل أفضل معتمدا على اعدادات خاصة private settings توفرها المواقع، يشبع المراهقون على أساسها حاجة الرفقة والتواصل مع أصدقائهم من العالم الواقعي والتعرف على آخرين جدد يتناولون معهم المواضيع التي تهمهم، وبينت الأبحاث كيف أن المراهقين الذين يشعرون براحة في علاقاتهم مع أصدقائهم خارج الخط يبحثون عن توسعتها واتمامها بنقلها للعالم الافتراضي بحثا عن فرص اضافية، في حين أن الذين يشعرون بالوحدة أو القلق الاجتماعي فإنهم أكثر ميولا للتفاعل مع الغرباء على الخط (Schwartz, 2012, p : 26) ويبحثون في الحالتين عن رفع تقديرهم لذواتهم من خلال التواصل والارتباط الاجتماعي بغيرهم، كما توصل Valkenburg, Peter and Schouten (2006) الى أن استخدام الانترنت كشكل من اشكال الاتصال ترتبط بتقدير الذات والسعادة النفسية لدى المراهقين، لأنها تحمل رجوع الصدى حول نظرة الآخرين اليهم خاصة اولئك الذين يهتمهم نيل قبولهم واستحسانهم (Subrahmanyam & Greenfield, 2008 ; Valkenberg & Peter, 2009) .

من جانب آخر، يلعب رأس مال التجسير أو Bridging Social Capital، دوراً فعالاً في انتاج الثقة الاجتماعية ويرى Putnam أنه يكون نتيجة للاتصالات بين الشبكات المختلفة والعلاقات الاجتماعية الضعيفة التي تحدث عندما يشكل أفراداً من خلفيات مختلفة علاقات فضفاضة ورحوة Loose Relationships مع بعضهم البعض وتكون أكثر شمولاً، وقد توصلت العديد من الدراسات الى أنّ الفاييسبوك يدعم هذا النوع من العلاقات

التي تبدأ ضعيفة وتحمل ثقة هشة نتيجة المجهولية التي تَسْمُ بدايتها، لكن لا يمكن في أي حال من الأحوال استبعاد تطورها لتصبح علاقات قوية نتيجة التردد والاستمرارية، بالإضافة لانعكاساتها على تقوية تقدير الذات والسعادة النفسية لدى المستخدمين، وهو ما يؤكد عليه Pénard بقوله:

“Online activities can generate more well-being by improving and expanding social capital insofar as social capital is known as a main influential factor of happiness. For instance, Ellison et al. (2007) find that facebook enables college students to accumulate social capital (by converting latent ties into weak ties) and thus reinforces their self-esteem and well-being”

(Pénard, 2013, p: 3)

4- دوافع استخدام الفايسبوك وعلاقتها برأس المال الاجتماعي:

أظهرت النتائج وجود علاقة طردية بارتباط موجب بين بعض دوافع استخدام الفايسبوك وعوامل رأس المال الاجتماعي (تقدير الذات، الرضا عن الحياة، الثقة الاجتماعية) وهي كالاتي:

- ◀ ارتباط موجب بين دافع "تقاسم المعلومات التعبيرية" و "الثقة الاجتماعية" ($r=.11, p=0.05$)
- ◀ ارتباط موجب بين دافع "توجه جديد" و "الثقة الاجتماعية" ($r=.17, p=0.01$)
- ◀ ارتباط موجب بين دافع "الترقية المهنية" و "الرضا عن الحياة" ($r=.14, p=0.01$)
- ◀ ارتباط سالب بين دافع "التفاعل الاجتماعي" و "الثقة الاجتماعية" ($r=-.14, p=0.01$) وكذلك ارتباط موجب مع "تقدير الذات" ($r=.13, p=0.01$)
- ◀ ارتباط موجب بين دافع "التعرف على اشخاص جدد" و "الرضا عن الحياة" ($r=.15, p=0.01$)

تُشكل الدوافع تعبيراً عن مجموعة من الاشباعات التي يريد الأفراد تحقيقها، وقد يرتبط ذلك باستخدام موقع فايسبوك من حيث تصوّر المستخدمين لقدرته على تلبيتها من خلال ما يوفره من ميزات، وتشكل هذه العلاقة، أي بين الدوافع والنتائج المحتملة للاستخدام (رأس المال الاجتماعي) افتراضاً اولياً بين مفهومين مجردين يتم تأكيدهما أو نفيهما عن طريق الاستخدام الفعلي للوسيلة. من جانب آخر، تؤدي العوامل الثلاثة لرأس المال الاجتماعي الى تشكيل مجموعات من الدوافع التي يتصور المستخدمون أنهم قادرين على اشباعها من خلال استخدامهم لموقع فايسبوك.

أظهرت نتائجنا الى أن استخدام المراهقون لموقع فايسبوك ينبع من اعتباره توجهاً جديداً ورائعاً، وهو ما يرتبط بتقييمهم الشخصي ونظرتهم الفردية للموقع، ويعود كذلك للحسابات الفردية التي يقومون من خلالها بوزن الفوائد الاضافية لتبنيها (Hall and Khan, 2002) ذلك لأنه يتموقع ضمن سلسلة من التكنولوجيات الاخرى، ويشغل حالياً ويتخلل عالمهم الرمزي بشكل مشابه للتلفزيون من قبل، وذلك باعتبار أن لكل مرحلة زمنية تكنولوجيا مفضلة تأخذ الأولوية لاعتبارات عدة، ويرتبط ذلك بطبيعة الحال بمواصفاتها وقدراتها التقنية الفريدة و المتجددة فيها والتي تجعل فكرة مقاومتها صعبة لعدة أسباب، منها الشخصية والاجتماعية.

إلى جانب الدوافع الشخصية النابعة من داخل الفرد، يكون لسلوكيات الأفراد وأفعالهم مصادر أخرى توجههم في اتجاه معين، ويعتبر محيط الفرد وأسرته بالإضافة الى جماعات أقرانه أولى تلك المصادر التي تضغط عليه ولو بشكل غير مباشر للانضمام لموقع فايسبوك، فملاحظته لإقبال الأغلبية نحو استخدام الموقع يشكل بحد ذاته محفزاً وفرصة شيقة تغريه لاكتشاف العوالم الافتراضية، لذلك، يركز الباحثون عادة في تحليلهم لتبني التكنولوجيا على نموذج Rogers (1995) الذي يصنف عدداً من العوامل التي تتدخل في قرار المستهلك/المستخدم لتبني تكنولوجيا جديدة، والى جانب العوامل الآتية: compatibility, triability, complexity والمرتبطة بالمعارف المسبقة حول واجهة ووظائف التكنولوجيا، يركز Rogers على دور التأثيرات الاجتماعية التي يربطها كذلك بالاتصال الاجتماعي، والذي يبني على ملاحظة الأفراد لاستخدامات غيرهم لتكنولوجيا معينة وتأثير هؤلاء في قرار استهلاك التكنولوجيا من خلال نشر المعلومات حولها (Ziamou, 2012, p : 218)، وهو ما يدفع المستخدمين لتجربة ما يجتبره غيرهم داخل هذه المواقع، خاصة لما يكون ما يحدث ضمنها من نشاطات وتفاعلات جزءاً أصيلاً من الحياة اليومية للأفراد خارج الخط وسبباً لشهرة البعض وشعبيتهم المرتبطة باستخدامهم

المثير للإعجاب أو المضحك والمسلّي، وهو ما يبحث المراهقون عن اشباعه من خلال تمضية أوقاتهم على الفايسبوك، وأكد كل من Toma and Hancock على هذه الفكرة:

“The extraordinary amount of time people spend on FB may be a reflection of its ability to satisfy ego needs that are fundamental to the human condition . . . [that] pertain to how people wish to see themselves-socially attractive and embedded in a network of meaningful relationships”

(Greenwood, 2013, p: 223)

وأكدت نتائجنا على دور العلاقات الاجتماعية وكونها مصدر حقيقي لتوليد الثقة الاجتماعية، التي يتحرّك الافراد على أساسها للخوض في نشاطات متعددة ذات صلة بحياتهم اليومية، ويستندون في ذلك على تجارب غيرهم توفيراً للوقت والجهد بالإضافة لمشاركتهم في نفس الفضاءات الافتراضية، ولا يكون انضمامهم للمواقع إلا خطوة ضرورية ومرحلة استعداد تمكنهم من استكمال تفاعلاتهم التي توسع ثقتهم ببعضهم، وتعد المعلومات التي ينشرها المستخدمون حول ذواتهم اولى الاشارات الدالة على هوياتهم، أذواقهم، وتوجهاتهم العامة، وتُشكّل في مجملها مصادر مكتوبة يتكئون عليها في تحديد قابليتهم للاستمرار في العلاقة أو قطعها، فالعالم الافتراضي كما هو معلوم لا يسمح برصد الجوانب الفيزيولوجية ولا التغيرات الجسدية التي يعتمدون عليها عادة في تفاعلات العالم الواقعي وجه لوجه معتمدين في ذلك على حواسهم :

“Online users employ text to send and receive signals that mimic the structures of expressions ‘given’ and ‘given off’ in the offline world. Since social actors must establish their identities online without relying on the embodied cues normally available in the offline world, attentiveness to primarily textual cues is necessary to read digital expressions given off” (Robinson , 2007, p :105)

ففي العالم الافتراضي، يعمل المستخدمون على تصميم واجهة يقدمون من خلالها لشخصيتهم، أو بمعنى آخر القيام بتأدية تمثيلات performance حسب تعبير Goffman، أين يقومون بقبولة هذه التمثيلات وتعديلها لتنسجم مع فهم وتوقعات المجتمع الذي يادونها فيه، أبعد من ذلك، يختارون التخلي عن بعض الأفعال أو اخفائها في حالة تعارضها مع معايير المجتمع (Goffman, 1959, p :35-41)، فالهدف هو تأكيد المعايير المشتركة عبر استخدام عبارات مختصرة ومألوفة لا تنتهك سياق التفاعلات وتحافظ في نفس الوقت على مستوى من الثقة، وعليه يجتهد المستخدمون في الانتباه لكل التعبيرات الرقمية التي يقدمونها الى أصدقائهم، أو التي ينشرها أصدقاؤهم حول ذواتهم في عملية دائرية ومتبادلة، فتقاسم المعلومات التعبيرية في أشكالها المتعددة (نصوص، صور، فيديوهات) خاصة تلك المرتبطة بتقديم محتويات مفيدة للغير، تبني صورة معينة عن منتجها وبأذنها، وترمز لسلوك وممارسة تترك آثار إيجابية في أذهان المستخدمين يجعلهم يؤمنون بقدرة غيرهم واستعدادهم المستمر على تقديم الدعم وتفصح المجال لنسج المزيد من التفاعلات والعلاقات القائمة على مستوى أعلى من القرب والثقة الاجتماعية، وهي من المداخل الأساسية للنفاذ لرأس المال الاجتماعي، ويرى Putnam أنّ الثقة الاجتماعية يمكن أن تنشأ من معايير التبادل التي تغذيها وتدعمها والتي تشبه تكوّن رأس المال الاجتماعي، وتشير الدراسات أن الثقة Trust والرغبة في تبادل المعلومات تكون أعلى على المواقع التي تتطلب الهويات الفعلية مثل الفاييسوك من غيرها، كما أن كشف المعلومات يعزز تصورات المستخدمين حول بعضهم تمهيدا لمزيد من التبادل وكل ذلك على أساس الارتياح الذي مصدره الثقة (Steinfeld, 2012).

تلعب الثقة دورا أساسيا في إطار الاختيار العقلاني rational choice ، وهو إطار متجذر في فكرة أن البشر هم أفراد يقظين/حذرين يتعاملون مع "الثقة" في حياتهم كمورد قيم يجتهدون في توفيره وبذله في الوضعيات المناسبة، وبينت نتائجنا وزودتنا بإشارات حول مستويات ثقة المراهقون الجزائريون ببعضهم، وكيف أنهم يقومون بحساب الفوائد المحتملة لكل علاقة يخوضون فيها، ويضعون في حساباتهم حجم وإمكانية التهديدات التي قد يتعرضون لها، ذلك لأنه دائما ما يوجد احتمال لخيانة/عدم جدارة الغير بالثقة نتيجة لأفعالهم وخبراتهم المرتبطة بالثقة التي تمنح لهم (Karsenty, 2009, p :8) لذلك يحاولون دائما أن تكون الفوائد المحتملة أكبر من التهديدات ويتبع ذلك القرار بالخوض في العلاقات مع الغير في الواقعي أو في العالم الافتراضي، ذلك لأن الثقة هي مفتاح الوصول للموارد المتضمنة ضمن البنى و الشبكات الاجتماعية، ولا يحدث ذلك إلا من خلال الدخول في مستوى

معين من التفاعلات الاجتماعية social interaction مع الغير. ويفرق كل من Woolthuis, Hillebrand and Noteboom (2005) بين شكلين من الثقة في العلاقات (Woolthuis, 2005, p :814):

- يتعلق الأول بكفاءة/جدارة الثقة: وتستند على الاعتقاد بأن الطرف الآخر لديه الكفاءات التقنية والمعرفية والتنظيمية والاتصالية اللازمة.
- يتعلق الثاني بالثقة المتعمدة: وتتجذر في العلاقة بين الطرفين، وتشير للثقة التي يمنحها الفرد لغيره معتقدا بنواياه الحسنة وإيجابية اتجاه العلاقة، وأنه يمتنع عن الانتهازية.

يبرز كلا نمطي الثقة من خلال التعاطي والتعامل مع الغير، بحيث يبني الأفراد آراءهم واعتقادهم في جدارة غيرهم بالثقة من منطلق خبرات وتعاملات سابقة أظهرت امتلاك الطرف الثاني للكفاءات الضرورية، وعلى ذلك الأساس تنتقل العلاقات من الواقعي الى الافتراضي طمعا في الفوز بمزيد من التفاعلات، وقد يخوض المستخدم في تجربة علاقات جديدة معتقدا بالنوايا الحسنة للغير، وهو ما يشبهه أو ينفيه تكرار واستمرارية التفاعلات وما تقدمه من نتائج. ومهما يكن، يمكن ملاحظة نسبة المعلومات العامة والخاصة التي يقدمها المراهقون الجزائريون حول ذواتهم، والتي توحى في كثير من الأحيان الى عدم مبالاتهم بخصائص الفضاء الذي يشاركون فيه، وقد عبّر الكثير من الدارسون عن قلقهم من ظاهرة "الثروة على الخط"، بحيث يقارنون بين جيل الآباء génération des parents وجيل الأبناء (الشفافين) génération des transparents الذين لا يتحرّجون من كشف ذواتهم بشكل علني بما في ذلك التفاصيل الدقيقة لحياتهم الشخصية.

يرتبط دافع "التفاعل الاجتماعي" مع "الثقة الاجتماعية" في علاقة طردية بالرتباط سالب، بمعنى أن النقص في التفاعل الاجتماعي على الموقع يؤدي الى نقص في الثقة الاجتماعية، والحقيقة أن خوض المستخدمين في تفاعلات متنوعة تكون المدخل الى فهم الطرف الآخر وبناء انطباع حوله، وذلك اعتمادا على كمية المعلومات المتداولة والاشارات المتكررة بين الطرفين، ويعدّ انضمامهم للموقع أوّل خطوات الثقة الاجتماعية، التي تبرز من خلال اقبالهم على تقديم معلومات شخصية مرتبطة بحياتهم الخاصة أمام ملايين المستخدمين، تليها نشاطات أخرى يقوم بها المستخدم على الموقع كنشر صورته الخاصة وتقديم إشارات عن شخصيته... فالثقة الاجتماعية كما سبق وأن أشرنا تحيل إلى الاطمئنان للآخر ولحسن نيّته في التعامل،

“We write frank and confidential messages to our close colleagues and friends and trust that they won't circulate these messages to others. We trust anonymous fellow chat room and newsgroup members with our private thoughts and dreams, and because of the intimacy such self-disclosure creates, come to trust them enough to give them our phone numbers”

(Bargh, 2004, p: 15)

علاوة على ذلك، هناك حجج قوية على أن الثقة يمكن ان تتعزز من خلال الاستفادة الفعالة من الكم الهائل من المعلومات (Ben-Ner and Putterman 2002) التي توفرها الأشكال الجديدة من الشبكات الاجتماعية التي أتاحتها الانترنت (Dutton, 2003, p: 8) وتطورت بشكل أعمق مع الواب 2.0، ويساعد موقع فايسبوك مستخدميه في التقليص من شكوكهم حيال علاقاتهم على الخط، ويسمح لهم بمعرفة تفاصيل دقيقة عن نوايا وسلوكيات "أصدقائهم" و"معارفهم" لما يقدمه عنهم من معلومات تخص خلفياتهم الشخصية وأذواقهم الموسيقية وأماكن تواجدهم...، والتي تعدّ كلّها شروط ضرورية لتطوير معايير الثقة والتبادل، وهذه السيورة تتطلب استثمار في العلاقات الأسرية عبر الزمن كما يؤكد Bourdieu، فالاستثمار الفردي يعد عملاً أساسياً من أجل تكوين رأس المال الاجتماعي في أوقات لاحقة، وعليه يتابع الأفراد الاستثمار في العلاقات الاسرية مع توقع عوائد معينة، ويفعلون ذلك كذلك من خلال الدخول للمواقع التفاعلية، ويرى Lin:

“resources embedded in social relations enhance outcomes by facilitating the flow of information (e.g. about opportunities), exerting influence (e.g. hiring a friend of friend), clarifying social credentials (e.g. signifying that someone does indeed have access to resources stemming from a group that stands behind them), and reinforcing identity and recognition that can contribute to an individual's sense that the social group is there to provide emotional support” (Steinfeld, 2012, p: 6)

من جانبه، يرى (Fukuyama 1999) أن رأس المال الاجتماعي يشير لمجموعة القيم والمعايير غير الرسمية التي يتشاركها أعضاء مجموعة معينة تسمح لهم بالتعاون مع بعضهم البعض، كما أن توقعاتهم بأن سلوكيات الآخرين ستكون صادقة و موثوقة تجعلهم يثقون ببعضهم، وعليه تعمل الثقة كزيت تشحيم lubricant تجعل من أية مجموعة أو منضمة تعمل بشكل أكثر فعالية وكفاءة، ويضيف الباحثون بأن الثقة هي متغير أساسي لنجاح التفاعلات الاجتماعية على الخط (Coppola, Hiltz, and Rotter, 2004, Jarvenpaa and Leidner, 1998, Meyerson, 1996, Piccoli and Ives, 2003) كما أن المعلومات التي يقدمها المستخدمون لبعضهم البعض على الخط تقوم على السمعة reputation بمعنى آخر سمعة المعلومات التي تقدّم لهم، والتي يستنتجون صدقها من خلال تشارك آخرين في الحصول عليها من مزود/مصدر واحد، فيعتمدون في حكمهم على أفعال طرف ثالث في تحديد الأفراد الجديرين بالثقة من غيرهم (Cheshire, 2004, p : 231)

وتوجد كذلك حالات يستفيد فيها المستخدم من المعلومات التي يوفرها الموقع بشكل عكسي، بحيث يقتنع بأن أحد أصدقائه أو معارفه غير جدير بالثقة، ذلك لأنه من المستحيل افتراض أن جميع من يتفاعل معهم المستخدم عبر حسابه متماثلين من حيث امكانية الثقة بهم بشكل متساوي:

“The main problem in the current OSN is the generalization of trust in OSN. Friends in a group are assumed to be trusted equally ...Some friends are likely to be more trustworthiness compared to the rest” (Chieng, 2015, p: 2)

من أجل ذلك، بقدر ما يعرف المستخدم عن غيره من المستخدمين يكون قراره بالثقة فيهم أم لا، وتعدّ هذه الميزة التي يقدمها الموقع ايجابية من أجل الوصول إلى الأشخاص الجديرين بالثقة والتخلص من غيرهم، ونرى أن قلّة التفاعل (الذي يكون في معظم الأحيان اراديا) مع مستخدمين معينين دون غيرهم هو دليل على النفور وتصريح بعدم الرغبة بالاستمرار نتيجة شكوك وعدم ارتياح، ويؤكد Yamagishi and Kikuchi أن الافراد يميلون لتطوير ذكائهم الاجتماعي social intelligence والتكيف مع احتياجات كل التفاعلات الموجودة في حياتهم، وذلك عن طريق التعلم التدريجي لتقييم مدى جدارة اندادهم (أقرانهم) بالثقة (Volakis, 2011, p : 7) ، وبذلك يكون أي

فشل عابر ومؤقت فرصة لجعل التفاعل العام مع البيئة الرقمية أكثر قوة وكفاءة، و يقابله بالضرورة تفاعلات قائمة على أرضية صلبة من الثقة المتبادلة والتي تنتهي لتحصيل فوائد أكبر لكل أطراف العملية التفاعلية.

أظهرت نتائجنا كذلك ارتباط دافع التفاعل الاجتماعي مع تقدير الذات، بمعنى أن الزيادة في احد العاملين يؤدي الى الزيادة في الآخر، وكما سبق وأن رأينا، فإن التفاعل عبر الفاييسوك يأخذ أشكالا عديدة يحاول المستخدمون عن طريقها التعبير عن ذواتهم وإثبات وجودهم ضمن المجتمع الافتراضي الذي ينتمون اليه، و الوصول من وراء ذلك الى رفع تقديرهم لذواتهم، أو النظر لذواتهم على نحو ايجابي، وذلك لتجاوز الأحاسيس السلبية المتعلقة بمحيطهم الواقعي والتي يصحبها عادة عدم رضاهم عن ذواتهم، احساسهم بالضعف، الغباء، أنهم دون قيمة، فاشلين، وأنهم دون مستوى من الآخرين... الخ وترتبط هذه الأحاسيس بتجربة الأفراد لوضعيات صعبة ومرهقة في حياتهم اليومية تساهم كلها في انخفاض تقديرهم لذواتهم، ويفترض النموذج الوجداني (Brown, 1993, Dutton & Brown, 1997; Brown & Marshall, 2001; Brown & Dutton, 1995; 1998) أن تقدير الذات (1) يتطور في وقت مبكر من حياة البشر استجابة لعوامل علائقية ومزاجية، (2) وبمجرد تشكيله، يزود تقدير الذات العالي الأفراد القدرة على تعزيز وحماية واستعادة مشاعرهم العالية لذواتهم، وتتضح هذه القدرة عندما يواجه الأفراد نتائج سلبية مثل الفشل في تحقيق هدف معين، أو الرفض الاجتماعي. (Brown, 2001, p : 617)

سواء في الواقعي أو الافتراضي، نتصور أن منبع تقدير الذات هو التفاعلات التي تحصل بين الفرد وشبكته الاجتماعية، وكلما كانت هذه التفاعلات ايجابية ومشجعة كلما تحسن شعور الفرد اتجاه ذاته، وتؤكد نتائج العديد من الأبحاث التي درست حياة المراهقين على الخط أن عامل الترابط الاجتماعي والقرب من الأصدقاء يلعب دورا أساسيا في سعادتهم النفسية ورفع تقديرهم لذواتهم (Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukopadhyay & Scherlis, 1998; Luhtanen & Crocker, 1992; Subrahmanyam & Greenfield, 2008; Gross, Juvonen و Valkenburg, P.M & Peter, 2007; Meerkerk & Van den Eijnden, 2009) and Gable (2002) على أن العلاقات الايجابية مع الأقران تحمل اثرا ايجابيا على تقدير المراهقين لذواتهم خاصة لما يستخدمون المواقع لتعزيز وتوسيع اتصالاتهم اليومية الهادفة:

“Research on young adults has found that feeling close and connected to others on a daily basis is associated with higher daily wellbeing, and in particular, feeling understood and appreciated and sharing pleasant interactions are especially strong predictors of well-being” (Gross, 2002, p: 76)

وعليه، يؤكد الباحثون في دراساتهم بأن الشباب الذين صرّحوا بامتلاكهم علاقات صداقة كانوا الأكثر ثقة وأكثر إثارة وأقل عدوانية، وأظهروا قدرا أكبر من المشاركة في المدرسة والعمل (Hartup and Stevens, 1997) ، ذلك باعتبار أن الأصدقاء يعبرون عن مستوى أكبر من القبول والحميمية لبعضهم البعض، بالمقارنة بالأولياء الذين يكون توجههم بالضرورة نحو المستقبل والمزيد من القلق عن العواقب السلبية المحتملة لسلوكيات أبنائهم، فالدعم الاجتماعي الذي يتلقاه المراهقين عن طريق هذه العلاقات الشخصية يشكل داعما لتقديرهم لذواتهم يحصنهم من الاكتئاب والاضطرابات العاطفية. (Berndt et al., 1989; Hartup and Stevens, 1997; Collins et al. 1999; Beraman and Moody, 2004) ويجعلهم أكثر تكيفا مع واقعهم المعاش. ويرى Reis and Shaver أن تطوير العلاقات الحميمة intimacy يستمر من خلال التبادلات الاجتماعية وكذلك مع تجاوب الآخرين في شكل تفاعلات ممتعة وتفهم الشعور المتبادل، و تنبع هذه الحميمية كتوقعات عن العلاقات مع الأقران في أواخر مرحلة الطفولة أو بداية مرحلة المراهقة (Buhrmester & Furman, 1987; Sullivan, 1953) وتبقى هذه التوقعات ومعاني الصداقة ثابتة خلال مرحلة المراهقة والبلوغ، وتساهم الانترنت في توسعة هذه الأحاسيس الإيجابية مع الشبكة التقليدية للمستخدم، فمعظم المستخدمين يقومون بتسمية "إكماليتهم"، "ثانويتهم"، أو "جامعتهم" في ملفهم و يروفايلهم الشخصي للحفاظ على الأصدقاء والمعارف القدامى بالرغم من أنهم انتقلوا لفضاء تفاعلي جديد وهو نفس ما يؤكد عليه Kalpidou (2011, p : 184) ويمكنهم كذلك التعرف على مستخدمين جدد يشاركونهم نفس الاهتمامات في فضاء ديناميكي وجذاب، وقد توصل Elisson الى أن الطلبة ذوي تقدير الذات المنخفض يستفيدون من الفايسبوك بشكل أحسن، ذلك لأنهم يوسعون رأس مالهم الاجتماعي من خلال مشاركتهم في الموقع، وهي النتائج التي تدعمها الكثير من الأبحاث، بحيث توصل Valkenburg (2006) الى أن:

“the more people used social network sites, the greater the frequency of interaction with friends, which had positive benefits on respondents' self-esteem and ultimately their reported satisfaction with life” (Steinfeld, 2008, p: 436)

ومهما كان شكل التفاعلات الحاصلة في الافتراضي، فإنها تعبر عن تبادلات تميل بدرجة كبيرة للحدوث بين المستخدمين على أساس التشابه الاجتماعي social similarity بوصفه متغيراً خارجياً يعكس كلاً من التعرض المتبادل mutual exposure واختيار الصداقة، و اللذان يشكّلان ويؤطران محتوى ونوعية العلاقات التي تنشأ، وفي هذا السياق، يوفر الفايسبوك مجموعة واسعة من الميزات التقنية التي تسهل التفاعل في نمط تزامني وغير تزامني بالإضافة لتشارك المحتويات على تنوع أشكالها والنقاش حولها في الواقعي و الافتراضي على حد سواء، وبالتالي يكون احتمال التشابه الاجتماعي بين المستخدمين متكرراً بالنظر للفوائد المهمة التي يسمح بتحقيقها، ومن المرجح كذلك ارتفاع نسبة، وتيرة، وكذلك مدة المشاركة في الأنشطة الممتعة (تفاعلات) مع الآخرين على أساس الاهتمامات المتماثلة وبالتالي الوصول الى التحقق من مدى صحة مواقفهم ومعتقداتهم في إطار جماعتهم التي يثقون فيها وفي أحكامها، وهو ما يرتبط بتشكيل علاقات مستقرة وقوية (Hallinan and Kubitschek, 1988) بمستوى عالي من الحميمية، بالإضافة لتبادل عاطفي وأداتي، ويرى Mesch أن:

“Strong ties exist in relationships on a high level of intimacy, involving more self disclosure, shared activities, emotional as well as instrumental exchanges, and long-term interaction”

(Mesch, 2005, p: 4)

وعليه تنعكس هذه العلاقات والتفاعلات بدورها على الارتياح النفسي للمستخدمين وتقديرهم لذواتهم، وتشكل قدرات ومهارات الشركاء عوامل محفزة تؤدي الى انجذاب وفوائد محتملة، ويُنظر الى ذوي القدرات والمهارات الخاصة على أنهم الأكثر جاذبية، ذلك أن الأفراد يشعرون بأنهم أكثر قيمة في وجود هؤلاء، وهو ما

ينسجم مع نظرية التبادل الاجتماعي التي تنص على أنه كلما كان الشخص الذي يتم التفاعل معه أكثر مهارة وموهبة كلما ربط الآخرون ذلك بأنفسهم وتقديرهم العالي لذواتهم (Aronson, 2003; Tesser, 2000) ، من ناحية أخرى، يشكل الأفراد علاقاتهم انطلاقاً من فكرة الانصاف equity ، بمعنى شعور الفاعلين/الشركاء بأنهم سيحصلون على ما يستحقونه they get what they deserve من حيث العوامل ذات الصلة كالجاذبية، الشخصية... الخ، ويبدو أنهم يؤمنون بأن إقامة علاقة وثيقة مع أشخاص مماثلين لهم تعكس القبول، الموافقة وتعزيز الذات reinforcement of self وهي جوانب مهمة في العلاقات الافتراضية بطبيعة الحال، فحقيقة التواجد في نفس البيئة الافتراضية يشير الى وجود رغبة مماثلة وفائدة مشتركة من البداية، وينبع هذا التصور من حقيقة بسيطة مفادها أن مكان الاجتماع في حد ذاته ينطوي على نوايا وربما حاجات ودوافع الحاضرين فيه، بموازاة ذلك، نرى أن التفاعل الاجتماعي يرتبط بالدوافع الأخرى من منطلق أنه سبب تحصيلها في عملية معقدة متداخلة العناصر و لأن غياب التفاعل ينجر عنه غياب الآثار الأخرى بالضرورة، كما أنهم يتصورون الفايسبوك كوسيلة لإشباع حاجات أخرى يدرك المستخدم بأن الموقع يتوفر على الشروط الضرورية والقدرات التقنية لتحقيقها، وهو ما توضحه نتائج الجدول.

جدول (37) يوضح علاقة "التفاعل الاجتماعي" مع الدوافع الأخرى المشكّلة لمقياس دوافع استخدام الفايسبوك

التعرف على اشخاص جدد	تمضية اوقات الفراغ	التفاعل الاجتماعي	الترقية المهنية	الرفقة	توجه جديد	الهروبية	تقاسم المعلومات	الترفيه للاسترخاء	
.219**	.204**	1	.283**	.266**	.089	.164**	.150**	.197**	التفاعل الاجتماعي

على نطاق آخر، أظهرت نتائج بحثنا عن العلاقة بين استخدام الفايسبوك والتقدم المهني، ويرتبط ذلك أساساً بأهداف المستخدمين وطموحاتهم التي تدفعهم للبحث عن آليات جديدة توفر لهم فرصاً لاستعراض قدراتهم والتعبير عنها في فضاءات مختلفة، خاصة لما لا يوفر لهم محيطهم الفيزيقي المستوى المطلوب من التقدير والاعتراف، أو امكانية استغلال كامل قدراتهم بالدرجة التي يرغبون فيها، في المقابل تشكل هذه المواقع بديلاً يمنح لهم امكانية لقاء أفراد جدد وتشكيل علاقات أخرى مع أفراد يهتمون care لأمرهم (LeFever 2008)

ولما يريدون تحقيقه والتعبير عنه، ويؤكد الأخصائيون أن استكشاف الفرص الوظيفية، اتخاذ القرارات بشأن الاتجاهات المهنية، أو البحث عن العمل، كلها تستلزم الانتباه والتبصر في الشبكات المهنية professional networks والاتصالات باعتبارها جزء حيوي من هذه العملية، فتوسيع الفرد لشبكة علاقاته مع مرور الوقت تشكل مصدرا مهما للحصول على المعلومات حول خيارات مهنية معينة، فرص، ووظائف محتملة، وعليه يكون من المفيد بالنسبة له الحفاظ على العلاقات المهنية والاستثمار في استدامتها من أجل التقدم الوظيفي، ذلك لأنها تحمل منافع متبادلة ومورد حيوي،

“A network can include social and professional organization contacts, former and current colleagues/ supervisors, college faculty advisors, and teachers. Natural networks, such as family, friends and neighbors are also important and can often be overlooked” (Riley, 2012, p: 1)

ويشكل كل فرد من الشبكة الاجتماعية مصدرا مفترضا لموارد متعددة، خاصة ما يرتبط باستكشاف الخيارات المهنية و مساعدة الغير للبحث عن وظيفة، فوسائط الاتصال المختلفة (كمعارض التوظيف، الفعاليات المجتمعية، والمواقع) تشكل فرص حقيقية لزيادة بروز visibility الفرد، وذلك بتسليط الضوء على نقاط قوته ودفعها للأمام في سياق يضم متخصصين يُقدِّرون المهارة والطموح ويبحثون عن الكفاءات. في هذه الحالة، يعتبر موقع فايسبوك أحد الفضاءات التي يتردد عليها المراهقون، خاصة مرحلة "المراهقة المتأخرة" التي تتخلل المرحلة الجامعية والتي ترمز بالنسبة لهم بداية التفكير في العمل والمدخل لعالم الشغل، وذلك من أجل استعراض قدراتهم ومؤهلاتهم العلمية من أجل الفوز بوظيفة، أو على الأقل من أجل الاحتكاك بآخرين (أصدقاء، زملاء، معارف، أرباب العمل) يستطيعون توجيههم من حيث اختيار العمل المناسب، أو ربطهم بمن يستطيع مساعدتهم في ذلك (Cornell, 2012) ففوائد هذه الشبكات يمكن أن تكون طويلة المدى ومستمرة في جميع أنحاء المسيرة المهنية للفرد، بمعنى أنها لا تتوقف بمجرد حصوله على الوظيفة، وإنما تستمر ضمن جهود متواصلة لصيانة العلاقات والحصول على مزيد من الامتيازات.

ان اعتقاد المستخدمين بقدره موقع فايسبوك على ترقية مهنيهم، يترتب عنه نتائج ايجابية على نفسيتههم وخاصة رضاهم عن حياتهم، ذلك من منطلق ثبات العلاقة بين الرضا عن العمل والرضا عن الحياة بشكل عام، بحيث يشير Neff لاعتبار العمل ظاهرة اجتماعية قبل كل شيء، ويدعو لضرورة التعرض لها بالعودة الى سياقها العام المرتبط بالبنى والمؤسسات الاجتماعية social institutions and structures وتناولها بالتركيز على جانبيها النفسي الاجتماعي:

“Whether conceived as a social role or a social problem, the interactions of work with other spheres of human life and personality therefore warrant careful appraisal. Such an appraisal of work is inherently social-psychological in perspective and should be of special value to social psychologists interested in the world of work”

(RICE, 1980, p: 38)

فانطلاقاً من فكرة تقاطع عالم الشغل مع المجالات الأخرى للحياة، يمكن النظر لموقع فايسبوك كقاعدة تقنية تضم البنى والشبكات الاجتماعية للأفراد وترتكز بشكل كبير على علاقاته غير الرسمية بدرجة أكبر، بالإضافة لتواجد المؤسسات الرسمية الباحثة عن الكفاءات، وتشمل مؤسسات خاصة وأجنبية كذلك تختلف تصوراتها عن المؤسسات الوطنية باعتبار أنها تعطي الأولوية لتكوين ودراية طالب العمل وليس لاعتبارات أخرى، وتوفر كلها فرص مناسبة تقلل من التوتر والارتياح الذي يشعر به المستخدمون حول مستقبلهم المهني، خاصة في الجزائر التي أصبحت كل مناحي الحياة فيها تدفع لتبني فكرة استحالة الحصول على وظيفة مهما كانت الوضعية العلمية والفكرية لطالبتها، ذلك أن نمط الحصول على وظيفة يمر قبل كل شيء عبر الاتصال الشفهي مع الوسطاء، أين يرتبط التوظيف حتماً بعوامل أخرى يصطلح على تسميتها "المعرفة" أو الشبكات التقليدية كما يرى مظهر:

« On a noté en effet que les demandes de travail ne sont pas formulées par écrit en premier lieu, qu'elles sont d'abord verbales et qu'elles sont exprimées par le biais ou grâce à l'appui d'intermédiaires, autant d'indices signalant la prééminence des rôles sociaux traditionnels »

(Medhar, 2015, p: 233)

ولا تقتصر متاعب الشباب الجزائري على البحث عن العمل فقط، وإنما يزداد عمقها بعد دخوله مرحلة النشاط الفعلي في ميدان العمل الذي اختاره أو أرغم عليه، وذلك نظرا للعنف الرمزي المرتبط بالخلافات الشخصية والتي تتخلل محيط عمله وتتشابك مع ما يلاقه في محيطه الأسري من ضغوطات، خاصة وان كانت وظيفته لا تستجيب لمعايير المجتمع التقليدي وما برمجته عليه تنشئته الأسرية socialisation familiale، وهي عوامل تزيد من ثقل متاعبه اليومية. في وضعية مماثلة، لا تشكل مواقع شبكات التواصل الاجتماعية وسيلة يستخدمها الأفراد للحصول على عمل فقط، وإنما فضاء لتحسين وضعهم الوظيفي والبحث عن بديل يرضي طموحاتهم، مستندين على ما توفره هذه الشبكات وميزاتها التقنية من معلومات دقيقة وعروض عمل مقترحة، فمقدمي العمل الشبابي youth work providers يعززون فعالية خدماتهم من خلال المواقع التفاعلية، ما يسمح للشباب بالإطلاع على فرص العمل والخدمات (Davies, 2008, p :8)، فحصولهم على عمل مريح يؤثر في جوانب حياتهم الأخرى كما يرى Blauner :

“Work remains the single most important life activity for most people in terms of time and energy, and... the quality of one's work life affects the quality of one's leisure, family relations, and basic self-feelings” ” (RICE, 1980, p: 40)

وقدم Oeser (1976) أول اطار نظري دمج فيه المقاربات الايكولوجية (البيئة) والسيكولوجية، بحيث يرى أن الرضا عن الحياة تتأثر بالرضا عن العمل، الحياة العائلية، الترفيه وغيره من المرافق، ويجادل بأن نظام العمل في حد ذاته وفي أبعاده الثلاثة (physical, personal, social) يشكل المحدد الأكثر أهمية للرضا العام وهو الجانب الذي

يسعى الجميع الى تحصيله (Iverson, 1999, p :3)، ويبدو أن الشباب الجزائري بدأ يتغلب على خوفه من تغيير وظيفته والمجازفة بالبحث عن أخرى أكثر ملائمة، وهو ما لم يكن ممكنا في سنوات سابقة على ما نعتقد، وقد يعود ذلك لحساباته الشخصية وتغليب الجانب المعنوي والنفسي، بمعنى الوصول لمستوى أعلى من الرضا عن الحياة قبل الجوانب الأخرى، بحيث يقوم بمقارنة توقعاته مع الوضع الحقيقي الذي يعايشه ويختبره. (Naz, 2015, p : 8)

دوافع استخدام الفايسبوك كمتغير للنتبؤ باستخدام ميزات الفايسبوك:

بينت نتائج علاقة الانحدار أن متغير دوافع استخدام الفايسبوك -بعوامل التسعة- يسمح بالنتبؤ باستخدام الميزات-بعوامل السبعة- بنسبة 28 بالمائة وهي قيمة ذات دلالة احصائية عالية، وهي توافق الى حد كبير نتائج (Smock et al, 2011).

يشير الباحثون بأن للأفراد دورا محوريا في تحديد كيف؟ ولماذا؟ يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يكون استخدام المراهقون لموقع فايسبوك نابعا من الخصائص المتأصلة في الموقع (stafford & stafford, 1998) والتي تشكل في حد ذاتها سببا في تكوين دوافع جديدة أثناء سيرورة الاستخدام. فبعد تحديدهم لأهدافهم، يتخذون قرارهم عادة بناء على استخداماتهم الفعلية لأجهزة وتكنولوجيات أخرى سابقة، وهو ما يشجعهم للخوض في تجربة قدرة الوسيط -الفايسبوك- على إشباع حاجاتهم (Lim & Ting, 2012) من عدمها، وهو الشيء الذي يحدده المستخدم وتتجلى بشكل أوضح من خلال النظر في استخدامه الفعلي للموقع ولمختلف ميزات التقنية وما يمكن أن ينتج عن ذلك، لأن ما يريده المستخدم وما يقع حقيقة أمران مختلفان، وهو ما يعبر عنه Miller بقوله:

“The point that what an individual wants from the media is not always what an individual gets from the media”

(Sheikh, 2013, p: 3)

أوضح عدد من الباحثين (Plante et al., 2003; Plante, Cage, Clements, & Stover, 2006) أن الأفراد الذين يتفاعلون ضمن فضاءات غنية بمجموعة متنوعة من التحفيزات والتنبيهات السمعية و البصرية الايجابية أبرزوا مستويات عالية من الكفاءة الذاتية self-efficacy وتحسن المزاج (Villani, 2008, p : 9) وهي النتائج التي ترتبط باسترخاء المستخدمين وارتياحهم، وتساهم المواقع في زيادة التفاعلات الاجتماعية وتعمل على تخفيف الجهود التي يبذلها الأفراد لإنجاز الأنشطة المرتبطة بالعمل، وتسمح لهم بالخوض في أنشطة جانبية، ما يساعدهم على تمديد فترات استرخائهم والتحكم بليونته في وقت فراغهم (McGrath, 2010, p : 12).

من جانب آخر، تشير نتائج بحثنا أنه ولتحقيق حاجة تقاسم المعلومات، يتجه أفراد العينة لتحديث وضعهم أو للكتابة على جدار أصدقائهم، ويستطيعون كذلك استخدام التعليقات والمجموعات، كلُّها تمنح لهم فرصة التعبير عن حاجة تقاسم معلومات تهمهم أو قد تثير اهتمام غيرهم، فبحث أحد المستخدمين على معلومة ما على الخط يدخلهم في تفاعلات ونقاشات مع غيرهم من المستخدمين، والذين يحاولون بدورهم الإجابة عن تساؤلاتهم وانشغالهم وينتج عن ذلك تعارف وإنشاء علاقات إجتماعية مبنية أساساً على روح التعاون esprit de collaboration على الخط والذي يسمح بإنشاء رأس مال اجتماعي بين المستخدمين، كما أن هناك إمكانية كبيرة للبحث عن أفراد آخرين يشاركونهم نفس الاهتمامات، بحيث يتخذون قرار الاتصال بهم ما يؤدي إلى خلق شبكة علاقاتية واسعة (Turcotte, 2011, p :10) . من جانب آخر، يتمكن المستخدم من الدردشة و ارسال الرسائل الخاصة لتقاسم المعلومات ولكن بشكل شخصي، وهو نشاط ينوب عادة عن استخدام الايميل، ويرى : Tucker

“Facebook chat or messaging or commenting back and forth on each other’s walls could be ways to directly interact with a person and gain information. Messaging would provide a more private interaction than wall comments, which would be seen by all Facebook friends” (Tucker, 2014, p: 13)

وتؤكد نتائج بحثنا أن الهروب من الواقع (الهروبية) يشكل أحد أهم الدوافع التي يلجأ إليها المستخدم للابتعاد عما يقوم به في محيطه الواقعي، نسيان المدرسة والعمل، وكذلك الابتعاد عن العائلة والآخرين، ويجاول المراهقون

التخفيف من حدتها بلجوئهم لاستخدام ميزات معينة: تأتي في مقدمتها التعليق على المحتويات، الرسائل الخاصة، الكتابة على جدار الاصدقاء للفت انتباههم وتحفيزهم على التفاعل، كما يوفر الفايسبوك خلافا للمنصات السابقة ميكانيزمات خفيفة توحى جميعها لأهمية العلاقات بين المستخدمين وكيف أنها تستحق القيام بأفعال معينة، والاستمرار فيها على نواحي عديدة، وهو ما يتوقف عنده Kraut وزملاؤه:

“Much like email and IM, Facebook supports targeted communication through messages, wall posts, and synchronous chat. Unlike previous platforms, it provides lightweight mechanisms such as the “like” button, inline comments, and photo tagging. In each of these actions, one friend singles out another friend, signaling that their relationship is meaningful enough to merit an action” (Burke, 2011, p: 2)

كما لاحظنا في هذا البحث أنهم يفعلون ذلك أيضا من خلال استخدام المجموعات التي تشكل أيضا فضاء مغلق يضم جمهورا أقل من حيث العدد، لكنه متميز بتشابه الاهتمامات ويمنح فرصة أكبر لتوفر محتويات تثير اهتمام المستخدم وتخرجه من حالة النقص التي يعاني منها، ويظهر جليا ولع المراهقون الجزائريون بإنشاء المجموعات تبعا لأحداث متنوعة وإن كانت عابرة أو ظرفية، وتنزع في مجملها لضم الأصدقاء قصد التفاعل والتسلية، ويبين الباحثون (Cosley, D., Sosik, V.S., Schultz, J., Peesapati, S.T., & Lee, S, 2012) كيف أن معظم المحتويات التي ينشئها وينشرها المستخدمون تحمل بالنسبة لهم معنى شخصي، وتشير لكثير من جوانب أدائهم performance الافتراضي بمفهوم Goffman والذي يترك خلفه العديد من الآثار الرقمية التي يمكن ملاحظتها ويصعب تجاهلها، وهو ما عبّر عنه Carroll بقوله:

“All this content forms a rich collection that reflects who you are and what you think. . . . When others respond with a comment or retweet, they’re adding value to your collection. As more photos, movies, and e-mail messages are created, the entire collection becomes a fuller reflection of you and thus more valuable, both to you and the people you share it with” (Carroll, 2011, p: 3)

يظهر اهتمام المراهقون في سياقنا بكل ما ينشره أصدقاؤهم، بل وينتبهون لأدق التفاصيل المرتبطة بمنشوراتهم والتفاعلات الدائرة حولها، ويقومون بتأويل تلك الآثار الافتراضية على النحو الذي يروونه مناسباً، وسواء كانوا محقين في رأيهم أم لا، فإن ذلك يكون مدخلاً للتفاعل وفرصة لا تعوض لطرح الأسئلة وإبداء الاهتمام، وتُلاقى في كثير من الأحيان رغبة الطرف الثاني في الحديث والفضفضة، بحيث يبدو أن سلوكه الأوّلي (نشر صور، تحديث وضع... الخ) لم يكن سوى محفزاً لجذب الانتباه ومقدمة للإفصاح عن الانشغالات، ويؤكد Foucault (1978; 1998) أن اعتراف الأفراد بحقائقهم السرية يولد لديهم شعوراً بالتححرر، ويؤكد أن اعترافهم وتأملاتهم، فحصهم الذاتي self-examination وقرائاتهم وكتاباتهم هي جزء من تقنيات الذات التي يهدفون من خلالها إلى تطهير أنفسهم، ويشبه Hevern هذه الممارسات بعقد الفرد "لندوة ذاتية" يتحدث فيها بصوت عال فيما يفترض أن يكون داخلياً بعيداً كل البعد عن متناول الآخرين (Hevern, 2004, p: 8)، وهو السلوك الذي يشترك فيه كل مستخدمي الفايسبوك في سياقنا بدرجات متفاوتة بطبيعة الحال، فتتقاسم المعلومات على الفايسبوك سهلاً على المستخدمين تقديم أنفسهم بطرق لم يكونوا يُفكِّروا فيها قبل الزمن الرقمي predigital time وبذلك تجاوز الاحراج والمثبطات على أنواعها وتجاوز نمطية العلاقات في الواقعي:

“It would be considered rude, crass, or naive to introduce ourselves to someone at a social gathering by telling them about our house, the kind of car we drive, and our stock portfolio. But it is quite acceptable to show such things in photos we post online, to list them in our various online profiles, or to discuss them in a blog we write” (Belk, 2013, p: 10)

ومن المثير للتساؤل، أنه لم يعد غريبا في عالم الفايستوك تلقي طلبات الصداقة من مجهولين، بل أكثر من ذلك، دخول المبادرين في خصوصيات الطرف الثاني والبحث في جوانب حياته الدقيقة من الوهلة الاولى دون احساسهم بضرورة المرور على مراحل واضحة تؤسس للعلاقة ومستقبلها، ويبدو أن هذه السلوكيات تُعبّر عن الانعتاق الذي يشعر به مستخدم الموقع في الجزائر تحت غطاء المجهولية- المبدئية على الأقل- والتي تشجعهم على المبادرة ثم التنقيب أكثر عن ملامح النموذج الذي يناسبهم ذكرا كان أم انثى، وربما ترمز أيضا لعدم اكتراثهم بنجاح أو فشل العلاقة ما دامت بدايتها أو نهايتها المحتملة رسالة ضمن ميزة "الدردشة" بطابعها السري. من جانب آخر، يشير استمرارهم وإصرارهم على مواصلة المحاولات للتجاوب الذي يجذونه من الآخرين في هذه الفضاءات الافتراضية أو على الأقل الأمل في ذلك (حصولهم على التجاوب) خاصة مع البرمجة التي يخضع لها الجزائري منذ طفولته وإعداداته المبكر للزواج والتمثيلات المرتبطة بصعوبته أو استحالاته نظرا لمتطلبات المجتمع، وهي الفكرة التي يطرحها سليمان مظهر بقوله:

"La scolarité allonge la seconde enfance et installe une interminable adolescence. La crise de logement, le chômage et les multiples exigences du mariage (poste de travail, logement autonome...) imposent un célibat parfois illimité même à ceux qui craignent de perdre leur future conjoint"

(Medhar, 2015, p : 58)

ولا تنحصر هذه الصعوبات في الجوانب المادية فقط، وإنما يوازينا تنافس غير منصف déloyale بين فتيات نفس الشبكة العائلية، أين يستعرضن ميزاتهن الفيزيولوجية والأخلاقية، وبذلك تتقدم الأصغر والأجمل على الأخريات (Medhar, 2014, p: 92)، ويضغط هذا الارتباب والقلق المبكر على المراهقين ويجعلهم يستبقون الأحداث باحثين عن مخارج بديلة، وقد يتجهون في كثير من الأحيان لتجربة العلاقات الافتراضية متأثرين بشكل أو بآخر بما يقال في أوساط أقرانهم، مع مزجهم في ذلك بين الجد والهزل، فإن كانت المحاولات الجادة واضحة المعالم والأهداف، فإنه يغلب على المحاولات غير الجادة طابع التلاعب والمضايقة وتمضية الوقت أو "التحراش" بلغة جيلهم، فلا تكاد تخلو نقاشاتهم من محاولة اقناع بعضهم بعدم وفاء الآخرين -يتحدث الذكور عن الاناث والانات عن الذكور- وضرورة الحذر من الوقوع في تجارب فاشلة، ومع ذلك تبقى المحاولات مستمرة ومتواصلة.

تركز معظم المواقع الاجتماعية على آنية الفعل، وتقوم على دفع الأنشطة والمحتويات الحديثة نحو المستقبل وتجاوز الماضية لزيادة وعي المستخدمين ببعضهم (Joinson, 2008) وتزويد الزائرين المتكررين منهم بمحتويات جديدة عن أهدافهم، ويدفع "الفايسبوك" المشاركين لتقديم المزيد من المعلومات حول ذواتهم ومركز اهتماماتهم في سيرورة متواصلة، وتستجيب ميزات الموقع من جانب آخر لمتطلبات المستخدمين بتوفير أنماط نشر ومشاركة متعددة لاستعراض Exhibition ذواتهم وأرشفة جوانب محورية من حياتهم ومعاشهم، وهي علاقة تربط المستخدم بمحتوياته بالإضافة لآثارها الرقمية التي تعبر بشكل أحسن عن ماهيته وكيونته، وكيف يهتم ويعتني بالمعلومات التي يضعها، ويؤكد Zhao :

“As we move into a world where one’s digital traces express more of who we are, it is important to learn and design around not only how and why people produce digital traces, but also how and why they take care of this data, and how the relationship between users and their data might change over time” (Zhao, 2013, p: 1)

فإن كانت علاقات الواقعي تستند بشكل أكبر على الجوانب الفيزيولوجية، فإن الافتراضية تقوم على المحتويات وديناميكية نشاط المستخدم وقدرته على لفت الانتباه وربما إثارة الإعجاب، وتسمح بذلك للمستخدم الجزائري تشكيل صورة أكثر اعتدالا وإنصافا عن الطرف الآخر استنادا على رصد توجه أفكاره، وعليه يبدى المستخدمون اهتماما كبيرا لكل ما ينشرونه على الموقع، ذلك لأنهم يعتبرونه فضاء للتنفيس عن ذواتهم وتجاوز الفترات الصعبة التي يمرون بها، بالإضافة لكونه مصدرا لنشر سيرهم الذاتية وتوسيع انتشار قدراتهم واستعراضها والتواصل مع صلات مهنية قد تضمن لهم الحصول على وظيفة، وهو ما يشير إليه (Granovetter 1973) بمنظور قوة الروابط الضعيفة perspective “strength of weak ties” باعتبار أن الأصدقاء الفايسبوكيين يمكن أن يشكلوا فرص قيمة للحصول على وظيفة مستقبلا، وهو ما يدفعهم للحفاظ على هذه العلاقات والاعتناء بها باستخدام ميزات الفايسبوك، أي ببذل أقل قدر من الجهد والتكاليف، وهو ما عبّر عنه Kavanaugh:

"Weak ties also provide increased reach for an individual's work, such as, promotion opportunities, professional recognition, and social integration. People with whom the respondent socializes exclusively at school or at work or through a common group affiliation would be considered weak ties, as would be people whom the respondent might ask to be a reference when they apply to a job " (Kavanaugh, 2003, p: 3)

ف نجد احتمالاً كبيراً لأن يحصل المستخدم على فرصة عمل أو على الأقل معلومات قيمة توجه طلبه، ويكون مصدرها ما اعتبره أو ما تُشكّل فعلاً بالنسبة له روابط ضعيفة لأفراد يحتك بهم بصفة هامشية في فضاءات متنوعة، لكنه لا يملك الوقت الكافي للتواصل معهم بالكثافة المناسبة، لذلك يحاول البقاء معهم على اتصال فايسبوكي مستمر، باعتبار أنه الفضاء الذي يتواجدون فيه ويترددون عليه بشكل أكبر بعد الانفصال ولو مؤقتاً عن الفضاء الواقعي المحدود زمنياً ومكانياً. من جانب آخر يضعهم الموقع في اتصال مع أرباب الصناعات ومديري التوظيف، خاصة مع اتجاه الكثير من المؤسسات الخاصة والعمومية شيئاً فشيئاً للتواصل مع جمهورها على المواقع التفاعلية بإنشاء حسابات وصفحات والبحث عن الكفاءات المناسبة لاحتياجاتها في البيئات الافتراضية، وهو ما انتهى إليه Neelbauer:

"While online networking won't replace the handshake, career experts caution anyone who discounts it entirely. Their role in job hunting specifically has become so central for recruiters and hiring managers that job seekers are severely handicapping themselves by not participating " (Fogarty, 2009, p: 2)

5- استخدام ميزات الفاييسبوك كمتغير للتنبؤ برأس المال الاجتماعي:

انتهت النتائج التي توصلنا اليها لاثبات علاقات الارتباط بين استخدام بعض ميزات الفاييسبوك-تحديث الوضع، المجموعات، التطبيقات، الدردشة- وعاملي رأس المال الاجتماعي-الرضا عن الحياة و تقدير الذات- وهي النتائج التي استندنا عليها و التزمنا بها لإجراء عمليات الانحدار وتحديد اتجاه العلاقة ومعرفة مدى تأثيرها.

تشير نتائج بحثنا لضرورة التفرقة بين الاستخدام العام لمواقع التواصل الاجتماعية وبين الاستخدام الجزئي المميز لبعض الميزات دون غيرها، ومنه النظر للفايسبوك باعتباره حزمة من "الأدوات التقنية" وليس ككتلة واحدة، وتعد هذه الاشكالية الهاجس الأساسي لبحثنا منذ انطلاقه، ويعود ذلك أيضا للصورة المبهمه التي قدمتها الأبحاث خاصة ما ارتبط بنتائج الاستخدام، وأهمية التوصل لفهم أفضل فيما يتعلق بالميزات والمواصفات التقنية التي تجعل الاستخدام مثمر من غيرها، بمعنى أدق التوصل لعزل العوامل المتسببة في الوصول للنتائج الايجابية ومعرفة الأنشطة المولدة لرأس المال الاجتماعي، وهي المقاربة التي اعتمدها Smock وزملاؤه:

“A growing body of work suggests that examining specific communication behaviors on the site, as opposed to aggregated measures of use, may enable researchers to uncover previously obscured relationships between SNS use...social capital outcomes...” (Smock, 2011, p: 6)

وتؤكد النتائج على الأسباب العامة والأكثر ترددا والتي تجعل المراهقون يستخدمون الفاييسبوك ويكون أغلبها من أجل التسكع hang out، تضييع الوقت، جمع المعلومات حول الآخرين وغيرها (Stutzman 2006) وهي أسباب ترتبط بإدارة التفاصيل الدقيقة لحياتهم الاجتماعية وتطوير مهارات تواصلهم (Selwyn, 2009, p : 2) لكن ذلك استدعي منا التساؤل عن كيفية تحقيقهم لهذه الأهداف، والميزات التي يفضلونها، وما هي النتائج النفسية والاجتماعية لاستخدامهم لها؟ وهو ما تطلب التركيز على كل من القدرات/الامكانيات التقنية للموقع بالإضافة لسلوك الاستخدام في حد ذاته.

ركز الباحثون على التمايز الموجود بين الدوافع والسلوك الفعلي للمستخدمين، ففي سياق دراستهم، قام Kraut و Burke و Marlow مستندين على نتائج الدراسات السابقة التي افترضت اختلاف الاستخدامات، بالتفرقة بين ثلاثة (3) سلوكيات اجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي:

● الاتصال المباشر مع الأصدقاء بشكل فردي: و يركز على التبادل one-on-one خاصة من خلال الدردشة المتزامنة، النشر على الجدار وغيرها، وهي نشاطات ترمز لجدية العلاقة بين المستخدمين.

● الاستهلاك السلبي للأخبار الاجتماعية: و يركز على قراءة منشورات الآخرين وتحديثهم لوضعهم.

● النشر: لما يكتب المستخدم من أجل مستهلكين آخرين، بحيث لا يستهدف أفراد بعينهم.

وقدمت الدراسة أدلة دامغة على ضرورة تمييز الاستخدام والمستخدمين في الأبحاث حول مواقع التواصل الاجتماعي، فالأنشطة ليست دائما متساوية من حيث بعدها الاجتماعي، وتوصلوا الى أن الاتصالات المباشرة ارتبطت بزيادة رأس المال الاجتماعي، ذلك أنها تحافظ على قناة اتصالية مفتوحة مع الأصدقاء وتسمح بتوالي التفاعلات والحفاظ عليها، وهو ما يؤكد عليه Kraut :

"Features which lower the barrier for initiating conversation will have positive effects on social capital. Many of the lightweight interactions, such as liking and poking have already increased the volume of interactions, and features to this end will result in the generation of more bridging social capital"

(Kraut, 2011, p: 9)

في حين أن الاتصالات غير المباشرة من خلال النشر مثلا لا تسمح بتطوير الاتصالات ولا التعرف على الموارد التي يملكها الأصدقاء، ويشير ذلك حسب تصورنا الى أن رغبة المراهقون في التفاعل افتراضيا قد يعود لغياب

التفاعلات في الواقعي أو على الأقل عدم بلوغها المستوى والنوعية المطلوبة، أو عدم ملائمة الفضاء للتعبير عن انشغالاتهم وحالاتهم النفسية والاجتماعية، وعليه يكون توجههم للافتراضي كبديل مناسب نظرا للارتياح الذي يشعرون به وإرادتهم في الاستمرار، وقد أكد (Pampek 2009) على نزوع الطلبة لاستخدام الفايسبوك لنقل المعلومات عن رضاهم وسعادتهم، بحيث يُنظر للموقع بوصفه الغراء الاجتماعي social glue الذي يجعلهم أكثر سعادة بحياتهم الجامعية ومعاشهم بشكل عام، ذلك لأنها ترتبط بحالة من الرفاهية النفسية، الفرح والرضا (Lyubomirsky, 2001) الذي يبحث كل البشر الى تحقيقها باعتبار دورها في ادراكهم، تأويلهم، واستردادهم لأحداث الحياة بطريقة سلبية أو ايجابية، ويعود Srivastava لدور الفايسبوك قائلا:

“It appears therefore, that Facebook fulfills its role to support social relationship and to build social connections that enables students to become happier and satisfied with day to day activities” (Srivastava, 2015, p: 3)

وأكدت نتائج بحثنا تأثير استخدام كل من ميزات "تحديث الوضع"، "المجموعات" و "التطبيقات" على -الرضا عن الحياة- ذلك أنها تحمل دلالة احصائية، بحيث قدر معامل R مربع بـ $.033$ ، $F= 4.74$ ، $P < .033$ ($R_2 = .004$) و هو ما توصلت اليه الأبحاث السابقة من حيث أن المستخدمين النشطين للفيسبوك هم الأكثر عرضة لتجربة الترابط والشعور بالسعادة (Valkenburg, Peter and Schonten, 2006) ونرى أن ذلك راجع لتلقيهم ردود أفعال أصدقائهم حول كل ما يفعلونه وينشرونه في الموقع في جو من الألفة والحميمية، ولأنهم يملكون الفرصة للتفكير فيما يريدون أن يظهره للآخرين مع كل ما يرتبط بتقديمهم لذواتهم وانطباعات الآخرين حولها، والتي يكون على رأسها أن يكونوا محبوبين ومُقدَّرين (Reis 1990, Sarason and Pierce 1990) من قبل غيرهم ليتحصّلوا على الدعم الاجتماعي، وقد صنّفه كل من (Chen & Choi 2012) الى أربعة أنماط أساسية:

(Wong, 2012, p: 4)

■ **دعم مادي Tangible Support**: يشمل المساعدة المادية و السلوكية.

■ **دعم معلوماتي Informational Support**: يشمل تقديم النصح والمعلومات المناسبة لحل

المشاكل.

- **دعم عاطفي Emotional Support**: يشمل التعبير عن المودة الايجابية والتفاهم، بالإضافة لتشجيع المشاعر والأفعال التي تجعل الأفراد يعززون احساسهم بقيمتهم الشخصية.
- **دعم الرفقة Companionship Support**: يشمل حضور وتوفر أفراد يشعرون بالبهجة والمتعة عند القيام بأنشطة مشتركة.

ولا يمكن بأي حال من الأحوال تجاهل ما ينشره المراهقون الجزائريين في حساباتهم الفايسبوكية وعلى بروفايلاتهم والمرتبطة أساسا بالبحث عن التفاعل والتعبير عن الذات، وأحيانا كثيرة وصف "الوحدة" التي يشعرون بها بطرق مباشرة وغير مباشرة عن طريق التلميح فقط، وعليه مهما كان نمط الدعم الذي سيتحصل عليه المراهقون، فإن نتائجه ستكون متشابهة من حيث كونها تحمل آثارا ايجابية تنعكس على حياتهم النفسية والاجتماعية، وملخصها اطمئنانهم لوجود أشخاص يهتمون لأمرهم ومستعدين لدعمهم وقت الضرورة، ويغتنم الكثيرون فرصة حوضهم في الفايسبوك واستخدامهم لميزاته للتعبير عن أفكارهم، أحاسيسهم، والتحوّلات الكبرى في حياتهم، وهو ما يراه Kim and Lee (2011):

“People who had self-updates about feelings and thoughts, sharing them with others honestly and openly, were more likely to receive social support online. They also found that Facebook users were more likely to provide support to others when seeing others who were in need for help or support”

(Wong, 2012, p: 6)

توصلنا من خلال نتائج البحث الى الدور الذي تلعبه كل من ميزة "تحديث الوضع" والمشاركة في "المجموعات" بالإضافة "للتطبيقات" في دفع التفاعلات على الموقع ورفع مستوى الرضا عن الحياة، ويرتبط هذا التبادل المستمر بين المراهقين وأصدقائهم بتشكيلهم لوجهات نظرهم لمختلف جوانب حياتهم، ذلك باعتبار أنهم تقريبا موصولون عن باقي أجزاء المجتمع ما يضطرهم للاتجاه نحو جماعات أقرانهم والاندماج فيها قدر المستطاع، أين يبحثون على الفوز باستحسانهم وإعجابهم واحترامهم في نشاطاتهم اليومية كما أشار Coleman في أبحاثه، وعليه تعد أنشطتهم على الموقع مركز اهتمام أقرانهم، لكن الأهم من ذلك هو زُدود أفعالهم حيالها وتعبيرهم عنها إتما بالتعليق

أو التأشير بالإعجاب، أو غيرها من الميزات، وهي اشارات واضحة لمدى شعبيتهم، ويظهر بجلاء تأثير بعض السلوكيات البسيطة كتهنئة الأصدقاء لبعضهم البعض بمناسبة "أعياد ميلادهم" وما ترمز له من اهتمام خاصة في مرحلة المراهقة، وهو ما يساعدهم كذلك على تأكيد ذواتهم وهو ما ينعكس ايجابيا على نفسياتهم ورضاهم عن حياتهم life satisfaction ويسهل لهم الانغماس أكثر في الحياة الاجتماعية وتراكم رأس المال الاجتماعي، وهو ما توصل اليه Hamedi:

"However, it can be argued that the rational relationship between life satisfaction and social attention might be derived from feeling of self-validation that individual achieve from Facebook use" (Hamedi, 2015, p: 17)

وعلى الرغم من أن التجارب العاطفية تبدأ كسيرورة داخلية خاصة، إلا أنها غالبا ما تؤدي الى تقاسمها اجتماعيا مع الآخرين للبحث عن الضبط العاطفي emotion regulation من خلال التفاعلات الاجتماعية (Zak & Williams, 2013) ويدعم تقاسم المراهقون الجزائريون لهذه التجارب العاطفية على حد سواء الميكانيزمات الموجهة لذواتهم (التهذئة الذاتية، والتعبير عن المشاعر) والموجهة نحو الآخر (تلقي الدعم) وذلك للعودة مرة أخرى للتوازن العاطفي، فبعد أن يشهد الفرد حدثا عاطفيا، فإنه من الشائع أن يعيد تقييم الحدث معرفيا حتى يضيف عليه معنى، كما أن إعادة تقييم النوبات العاطفية الايجابية تعيد تنشيط المشاعر الايجابية وتعزز مشاعر تقدير الذات self-esteem والكفاءة الذاتية (Radovanovic, 2012 ; Zech, Rimé and Nils, 2004) ، في حين أن اعادة تقييم العواطف السلبية تقلل من التنافر المعرفي وتعزز فهم مسببات حدوثها:

"Social contact and conversations aid in sense-making through the opportunity to retell the story and make social comparisons; they can also lead to the provision of support and solidarity. Taken as a whole, this process can decrease stress and anxiety associated with negative emotions while enhancing positive affect through reliving positive emotional experiences in conversation" (Bazarova, 2015, p:3)

ويظهر لنا أن السعادة النفسية تتقلب حسب الخبرات اليومية للأفراد سواء كانت إيجابية أو سلبية (Headey, 2004; Kahneman, Krueger, Schkade, 1989; Wearing, 1989) ولا يكتفي المستخدمون بتلقي الدعم فقط، وإنما يبادرون للتعبير عنه وتقديمه للآخرين لما يلاحظون حاجتهم للمساعدة، ويتجلى ذلك بطرق عديدة خاصة ما تعلق "بتحديث الوضع" Statue Updates و"المجموعات" Groups وهي تشكل سبل مباشرة للإفصاح عن التضايق وعدم الارتياح، أو حتى الحاجات (المادية والمعنوية)، ويظهر المستخدمون الجزائريون استعدادا مستمرا لتقديم المساعدة لغيرهم وتلبية احتياجاتهم، والتي يزيد بروزها مع ما يتميز به الفيسبوك من جلاء وتوجيه visibility and directedness للمحتويات، وعليه ينتج عن هذا الدعم المتبادل المزيد من الرضا العام وتقدير الذات لكل أطراف العلمية الاتصالية، وهو ما ينعكس إيجابيا على تراكم رأس المال الاجتماعي.

وأكدت نتائج بحثنا تأثير استخدام ميزة "الردشة" على تقدير المراهقين لذواتهم، (العودة الى التحليل الاحصائي ص: 288) وتشكل "الردشة" فرصة للحديث والتعبير self expression وطرح الأفكار نحو أصدقاء يُبدون استعدادا للاستماع والتفاعل، وهو جانب مُهم للحفاظ على الصحة والعافية النفسية وتجنب الآثار السلبية (كالعزلة والاكتئاب)، وذلك باعتبار أن رأس المال الاجتماعي يلزم بنية العلاقات لدى الأفراد، وأن الآخرين هم المصدر الحقيقي لتكوينه، فالقرب الذي يشعر به المستخدم جراء الردشة والمتعة المصاحبة لذلك تجعله يؤمن بمدى قيمته وقدرته، وتؤكد نتائج العديد من الأبحاث التي درست حياة المراهقين على الخط أن عامل الترابط الاجتماعي والقرب من الأصدقاء يلعب دورا أساسيا في سعادتهم النفسية ورفع تقديرهم لذواتهم (Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukopadhyay & Scherlis, 1998; Luhtanen & Crocker, 1992; Subrahmanyam & Greenfield, 2008; Valkenburg, P.M & Peter, 2007; Meerkerk & Van den Eijnden, 2009) ويرجع ذلك أيضا لإحساسه بأنه يملك فرص متكافئة لإثبات ذاته وسط الآخرين، وأنه مصدر أفعاله ويملك القدرة على المبادرة:

“There is consensus among scholars that self-esteem shapes the way we perceive ourselves and the strategies we use to present ourselves. On the one hand, self-esteem could be a proxy for the psychological sense of agency. Individuals who score high on self-esteem have a higher sense of self-control and enhanced initiative” (Nie, 2013, p: 3)

وعليه يؤدي تقديرهم لذواتهم لتقييم أكثر ايجابية اتجاه أنفسهم، وأنهم يملكون مصائرهم و أنهم أيضا أسباب توليد الأفعال.

6- الجنس كمحدد للفروق في استخدام ميزات الفايسبوك:

أظهرت نتائج اختبار T-Test وجود اختلافات في "استخدام ميزات الفايسبوك" وذلك على أساس الجنس (ذكر-أنثى)، وتبين أن التمايز يتمحور في استخدام الميزات الآتية:

توجد فروق دالة احصائيا بين الذكور والاناث في استخدام ميزة "الرسائل الخاصة" ($p=0.020$) وميزة "الردشة" ($p=0.047$) وكذلك "المجموعات" ($p=0.017$) ويمكن الاستدلال من خلالها على اختلاف الاستخدام بشكل عام والتصورات المرتبطة به، وكذلك الاتجاه نحو بناء نموذج استخداماتي يتفرد به كل مستخدم للفايسبوك، وبذلك يكون متغير "الجنس" احد المتغيرات الأساسية في تشكيله، ولا يمكن الاقتصار عليه فقط في تحليل ظاهرة الاستخدام.

ننتقل في تفسير تباين استخدامات كل من الذكور والاناث للميزات المذكورة من حقيقة أنهم يشتركون أولا في ارتياد نفس الفضاء الافتراضي، وأنه يشكل وسيط اتصالي مدمج ضمن أنماطهم الاتصالية (Baym, 2010; Boyd, 2008; Turkle, 2011) وهو يعني بالضرورة دخولهم في تفاعلات اجتماعية مع بعضهم البعض على اختلاف جنسهم opposite sex ويعبرون ضمنها عن وضعياتهم العاطفية (Blair & Holmberg, 2008; Sprecher, 2011; Sprecher & Femlee, 2000) كما تشكل لهم فرصة غير مسبوقه للحصول على معلومات عن وضعهم العلاقتي، تفضيلا لهم، واهتماماتهم الشخصية، كل ذلك معتمدين على استخدامهم للميزات المذكورة بالاضافة لرصد استخدامات غيرهم، وهو ما يدعوه الباحثون مراقبة الغير monitoring ، الذي قد ينتج عن حالة من الريبة العلاقتية relational uncertainty والشك في جدية الطرف الآخر ومستقبل العلاقة:

“This uncertainty stems from perceptions of ambiguity within the relationship, such as not knowing if the partner is serious about the relationship or if the relationship has a future”

(Fox & Warber, 2013, p: 2)

وهو ما يجعل الطرف الذي يعاني من الارتياح البحث عن استكشاف محتويات بروفایل الطرف الآخر والاطلاع على نشاطاته وتفاعلاته مع الغير، الشيء الذي قد يخفف من حدة شكوكه أو يزيد لها، ويمكن ملاحظة تردد هذا النوع من المواضيع والانشغالات بين أوساط المراهقين الجزائريين سواء بالاستماع لنقاشاتهم حول الموضوع في الواقعي، أو مما ينشرونه في الافتراضي في شكل محتويات تشير لحالاتهم العاطفية والصعوبات التي يمرون بها وقد يكون هذا أحد اسباب تركيزنا على هذا الجانب في تحليلنا لهذا الجزء، ونتصور أن استخدام كلا الجنسين للميزات المذكورة قد يكون لاهتمامات وانشغالات مشتركة متنوعة، لكن التعبير عنها والبحث عن اشباعها هو الذي يختلف، فليجئون لاستخدام الميزات في وقت ونطاق مختلف، و عليه لا يكون الاختلاف في استخدام الميزات هو الغاية، لأنها وكما رأينا وسيلة ووسيط لتحقيق حاجات ورغبات مُلحّة، يختار كل من الذكور والاناث الميزات الأقدر على تسهيل تلبيتها.

ومهما يكن، فقد أظهرت المتوسطات (ارجع لجدول رقم 35) أن نتائج الذكور أعلى من نتائج الاناث، بحيث يتجهون بشكل أكبر لاستخدام الرسائل الخاصة، الدردشة، والمجموعات، لكن استخدام الذكور لهذه الميزات يجعلنا نتساءل عن الطرف الثاني في العملية الاتصالية، والتي نعتقد أنه قد يضم الاناث بنسبة أكبر، وذلك لميل كلا الجنسين للتفاعل مع بعضهم، وجعل اتصالاتهم وتبادلاتهم تميل أكثر نحو السرية، وهي السمة المشتركة بين الميزات الثلاثة، كما يسمح استخدامها بتحكم أكبر في الخصوصية وتحديد الجمهور (الأصدقاء بلغة الفايسبوك) المراد التفاعل معهم من غيرهم، ذلك مع العلم أن استخدام هذه الميزات تعبر عن سلوك ارادي يبادر اليه المستخدم، وهي دعوة صريحة للتفاعل و إرادة الاستمرار في العلاقة، وحتى لو قوبلت مبادرة المستخدم بالرفض أو التجاهل، فإنها تبقى محاولة سرية بصدى أقل بين مستخدمين اثنين كأبعد تقدير تفاديا للاحراج، ويرى (Berger & Calabrese, 1975) أن التفاعل الأولي بين الغرباء يبدأ عادة مع (Tucker, 2014, p : 9):

- مرحلة الدخول: يتركز على تبادل المعلومات حول تفاصيل أساسية مثل المعلومات الديمغرافية ويكون التبادل بشكل متناظر بين الطرفين.
- المرحلة الثانية هي المرحلة الشخصية: يتم من خلالها الحصول على معلومات أقل اجتماعية لا يريد كلا الطرفين وصولها للآخرين.
- المرحلة الثالثة هي مرحلة الخروج: يحدد من خلالها طرفي المحادثة الطريق المستقبلي للعلاقة، إما بالاستمرار أو الانقطاع والانفصال.

ويبدو أنه من خلال استخدام موقع فايسبوك، يحاول المراهقون العاصميون القفز على هذه المراحل، ويعود ذلك في اعتقادنا لتسرعهم وحماسهم الزائد للدخول في العلاقات دون أن يُعطوا أنفسهم الفرصة للتفكير في مدى جديتها وإمكانية استمرارها، فالضغوط الاجتماعية وشبح العنوسة بالنسبة للإناث، وتأخر سن الزواج بالنسبة للذكور يهيمنان على فكر هذه الفئة ويمنع عنها أية فرصة للتفكير في العروض التي تأتيها عبر الموقع، ذلك بالإضافة للشعور بالذنب الذي يصاحب "الاستخدام" الذي يتصورون أنه غير مقبول اجتماعيا، كل هذه العوامل تشوّش عليهم وتجعلهم يرضخون لإغراءات طلبات الصداقة والتعارف على الخط، ويخصصون جانبا كبيرا من وقتهم لذلك، وحتى لو كانت العلاقة غير جادة فإنهم يتصورونها فرصة شيقة تعبّر عن مدى فطنتهم ومسايرتهم لطموحات جيلهم، وتنتشر بينهم عبارات تؤكد على اتجاه تفكيرهم معتمدين مثلا على مقولة لنزار قباني فيقولون: "الحب للشجعان فقط" أي أن كل من لا يخالط الجنس الآخر -يمشي- يخرج- يتسكع- يدرّش في الفايسبوك- ويختار رفيقته بنفسه ثم يُخلص لها غير جدير بالاحترام وهو ما يقابل العبارة الثانية: "الجناء تزوجهم أمهاتهم" أي كل من يعتمد على والديه في اختيار الزوجة (الزواج التقليدي)، كما ترمز هذه الأفكار وتجسيدها في سلوكيات الى قدرتهم على الفوز بالعلاقات بل حتى التلاعب بمجموعة واسعة من الاطراف دون ضرورة الارتباط فعليا بأي منها، فالميزات التي ذكرناها تسمح بالحديث مع أكثر من طرف في نفس الوقت، وربما في مواضيع متنوعة انطلاقا من هويات مختلفة كذلك، أين يتدخل تقدم الذات ولعب الأدوار بقوة في التفاعلات وردود الأفعال بين أطراف العملية الاتصالية.

على مستوى آخر، يهدف استخدام "ميزة المجموعات" بالدرجة الاولى تقليص حجم الفضاء الافتراضي ونطاق التفاعل والتحكم فيه، بمعنى آخر، عدم الاكتفاء بالفايسبوك كموقع شبكي تواصلية يشكل جزء من شبكة الانترنت، وإنما البحث عن الانزواء أكثر في جزء منه، وقد تكون المجموعات المكونة على أساس اهتمام مشترك أفضل سبيل لتحقيق ذلك، ويتفرد المراهقون الجزائريون-خاصة الذكور- بإنشاء الصفحات والمجموعات بأعداد كبيرة وسرعة أكبر تدعو للاستغراب في كثير من الاحيان، فلا يمر على الحدث دقائق أو ثواني إلا و يتبعه انشاء مجموعة يتسارع الجميع للانضمام اليها بالرغم من أنها قد لا تستمر زمنيا لوقت طويل.

خلاصة:

حاولنا من خلال هذا البحث أن نلفت الانتباه إلى ظاهرة الافتتان والإقبال الواسع على استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعية، والتي يُعد موقع "الفايسبوك" أكثرها شهرة واستقطاباً لمختلف الشرائح الاجتماعية في الجزائر، وقد سلطنا الضوء على فئة المراهقين بوصفها مرحلة حساسة تتكون وتتطور فيها هوية الفرد وعلاقاته الاجتماعية، كما أنها تمثل الفئة الأقدر على تمثيل المجتمع وإعطاء صورة مصغرة عن مختلف مكوناته، وركزنا على جيل الانترنت أو ما أصبح يطلق عليه « y generation »، هذا الجيل الذي شغل الباحثين لخصوصية تعامله مع الأدوات التكنولوجية، لاسيما مواقع شبكات التواصل الاجتماعية.

وقد هدفنا منذ نضجت فكرة البحث الى وضع تصوّر لاستخدام الفايسبوك وعلاقته برأس المال الاجتماعي، سعينا أن يكون تصورا متكاملًا قدر الامكان، بحيث انطلقنا من فهم سوابق الاستخدام الذي عبرنا عنها بمفهوم الدوافع، ثم انتقلنا للبحث في كيفية الاستخدام أو سيورة الاستخدام التي تشمل نمطين. يشير النمط الأول الى كثافة الاستخدام (الاستخدام العام)، بينما يحولنا النمط الثاني الى استخدام سبعة (7) ميزات محددة يوفرها الفايسبوك، وانطلاقا من هذين المستويين افترضنا أن تمايز استخدام هذه الميزات يؤدي الى نتائج نفسية اجتماعية مختلفة وربما متباينة. أثر ذلك حددناه بمفهوم رأس المال الاجتماعي الذي يضم ثلاثة عوامل هي الرضا عن الحياة، تقدير الذات، والثقة الاجتماعية.

سمحت لنا النتائج التي توصلنا إليها، بتأكيد العلاقة الخطية بين الدوافع، والاستخدام، ورأس المال الاجتماعي. تبين لنا أن الدوافع المحددة تحفز سلوك الاستخدام لدى المراهقون في الجزائر العاصمة، إذ تحول الفايسبوك الى جزء من نشاطاتهم اليومية، و أتضح أن تعلّقهم النفسي به أصبح أكثر تجرأً وثبوتا. وظهر لنا من خلال البحث أن استخدام المراهقين لبعض ميزات الموقع تعينهم على بناء علاقات جديدة مع المحافظة على علاقاتهم السابقة، ويعود ذلك للتبادلات التي تحصل حول المحتويات، ودخولهم في نقاشات حول الاهتمامات المشتركة. وقد تبين لنا أن هذه الأنشطة تحمل أثرا ايجابيا على تقديرهم لذواتهم ورضاهم عن حياتهم، بوصفها متغيرات تعدل العلاقة مع رأس المال الاجتماعي. وننتهي بالقول أنه لا بد من النظر للفايسبوك كحزمة من الادوات التقنية وليس كوحدة واحدة، ذلك ما يمكننا من استخلاص الوزن النسبي لكل ميزة وارتباطها بنتائج الاستخدام المحتملة.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

- حجازي مصطفى (2005): "التخلف الاجتماعي: مدخل الى سيكولوجية الانسان المقهور"، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب.
- شادية أحمد مصطفى عمران (2007): " دور المرأة في صعيد مصر في تراكم وإهدار رأس المال الاجتماعي"، ملخصات مؤتمر المرأة في مجتمعاتنا على ساحة أطر حضرية متباينة، جامعة عين شمس، مصر.
- لعبان عزيز(2007): "علاقة الادمان على المشاهدة التلفزيونية ببناء الافراد للحقائق الاجتماعية"، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3.
- لعليجي محمد أمين (2012): "علاقة استخدامات مواقع شبكات التواصل الاجتماعية (الفايسبوك) بتراكم رأس المال الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين". مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3.
- لوصيف سعيد (2014): "التفكير في المجتمع الجزائري المعاصر". عالم الفكر، العدد 2 المجلد 43، أكتوبر-ديسمبر، الكويت، 223-240.
- مضهر سليمان (2010): "نظرية المواجهة النفسية الاجتماعية، مصدر المجابهة"، منشورات ثالة، الأبيار، الجزائر.

المراجع باللغتين الفرنسية والانجليزية:

Adkins M. Angela (2009): "*MySpace, Facebook, And the strength of internet Ties*" : online social Networking And Bridging Social Capital, Thesis presented to the Graduate Faculty of the University Akron.

Ahl Helene (2006): "*Motivation in adult education, A problem solver or a euphemism for direction and control*", International Journal of Lifelong Education, 25 (5).

Albert Jacquard (1984) : « **Au péril de la science ?** », Editions du Seuil.

Alvesson Mats (2010): “**Reflexive Methodology, New Vistas for Qualitative Research**”, Lund University, Sage Publications.

Andrews Tom (2012): “**What is Social Constructionism?**” .The Grounded Theory Review, Volume 11, Issue 1, University College Cork.

Appel Lora, Dadlani Punit (2014): “**Testing the validity of social capital measures in the study of information and communication technologies**”, Information, Communication & Society, Vol. 17, No. 4.

Arnett Jeffrey Jensen (2006): “**G. Stanley Hall’s Adolescence: Brilliance and Nonsense**”, History of Psychology, Vol. 9, No. 3, the American Psychological Association, Clark University.

Atwell, Nancie (1998): “**In the Middle: New Understandings about Writing, Reading, and Learning**”. Portsmouth, NH: Heinemann.

Baard P, Ryan R, Deci E (2004): “**Intrinsic Need Satisfaction, A Motivational Basis of Performance and Well-Being in Two Work Settings**”, Journal of Applied Social Psychology (34), 10.

Bahr Nan &Prendergast Donna (2007): “**The Millennial Adolescent**”, National Library of Australia.

Balagué Christian et David Fayon (2010) : « **A quoi sert un réseau social ?** », Pearson Education, France.

Bandura Albert (1991): “**Social Cognitive Theory and Self-Regulation**”, Organizational Behaviour and Human Decision Processes (50).

Bandura Albert (1993) : « **La Théorie Sociale Cognitive Des Buts** », Traduit par Léandre Bouffard, Revue québécoise de Psychologie, Vol 14, n2.

Bandura Albert (2006): “**Toward a Psychology of Human Agency**”, perspectives on psychological science volume 1, N2.

Bàrbara Barbosa Neves (2012):”*Social Capital and Internet Usage: A Study in Lisbon*”. PHD, Instituto Superior de Ciencias Sociais e Politicas, Universidade Técnica de Lisboa.

Bargh and Katelyn. A. McKenna (2004): “*The internet and social life*”, New York University, New York.

Bargh John & McKenna Katelyn (2004): “*The Internet and Ssocial Life*”, New York University.

Bargh, J & Chartrand, T (1999): “*The unbearable automaticity of being*”, American Psychologist, 54 (7).

Barkoukis Vassilis and others (2008): “*The assessment of intrinsic and extrinsic motivation and amotivation: Validity and reliability of the Greek version of the Academic Motivation Scale*”, Assessment in Education: Principles, Policy & Practice, Vol. 15, No. 1.

Barton, K.M (2009): “*Reality television programming and diverging gratifications: The influence of content on gratifications obtained*”. Journal of Broadcast & Electronic Media, 53 (3).

Bates, Robert H. (1988): “*Contra Contractarianism: Some Reflections on the New Institutionalism.*” Politics and Society, 16 (June-September).

Baudelot. C et Establet. R (2007) : « *Une jeunesse en panne d’avenir* », in Cohen D (coord) « *Jeunesse difficile* », Portrait économique et social de la jeunesse française, Editions de la rue d’Ulm, Paris.

Baumeister & Leary (1995): “*The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation*”, Psychological Bulletin, Vol. 117, No. 3.

Bazarova N. Natalya (2015): “*Social Sharing of Emotions on Facebook: Channel Differences, Satisfaction, and Replies*”, Department of Information Science Cornell University, Vancouver, BC, Canada.

Becker Gary S. (1993):« *HUMAN CAPITAL* », a Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education, Third Edition, The University of Chicago press.

Belk Russell (2013): *“Extended Self in a Digital World”*, Journal of Consumer Research, Vol. 40, No. 3.

Berelson Bernard (1949): *“What missing the newspaper means”*. In P.F Lazarsfeld & F.N Stanton (Eds), communications research: 1948-1949. New York, Harpers & Brothers.

Berge Manon & Garcia Véronique (2009) : « *Les effets des technologies Internet sur les relations entre les parents et les adolescents dans les familles québécoises* », Direction de Santé Publique de Montréal, Université Laval.

Berliner David and Calfee Robert (1982): *“Handbook of Educational Psychology”*, MACMILIAN Library Reference USA.

Bessier(2008): *“Effects of internet use and social Resources on changes in Depression”*, information, communication and society, 11(1).

Bessière Katherine &, Kiesler Sara (2006): *“Effects of Internet Use and Social Resources on Changes in Depression”*, Carnegie Mellon University.

Biocca Frank (1987): *“Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory”*. University of North Carolina, Chapel Hill.

Biocca Frank (1987): *“Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory”*. University of North Carolina, Chapel Hill.

Biordi Diana & Nicholson (2004): Chapter 5: *“Social Isolation”*, Jones and Bartlett Publishers.

Bonds-Raacke Jennifer & Raacke John (2010): *“MySpace and Facebook: Identifying Dimensions of Uses and Gratifications for Friend Networking Sites”*. Individual Differences Research, Vol. 8, No. 1.

Boujlaleb Nouhad (2006): *“Adolescents and Peer Pressure”*, Applied Independent Learning Methods, Al Akhawayn University.

Bourdieu Pierre (1977): **“Cultural Reproduction and Social Reproduction”**, Power and Ideology in Education, New York, Oxford University press.

Bourdieu Pierre (2000): **“Fieldwork in Culture”**, Culture and Education Series, Pennsylvania State University, United State of America.

Bourdieu Pierre (1979): « **Les trois états du capital culturel** », Actes de la recherche en sciences sociales, n° 30.

Bourdieu Pierre, Passeron Jean-Claude (1977): **”Reproduction in Education, Society and Culture”**, London, Sage.

Bourdieu Pierre (1984) : « **questions de sociologie** », les éditions de minuit, Paris.

Bourdieu, P (1986): **“The forms of capital”**. In J. G. Richardson (Ed.), Handbook of theory and research of the sociology of education. New York, NY: Greenwood Press.

BOUSSAFSAF Zoubir (2007) : « **Les représentations sociales de la violence chez les adolescents Victimes du terrorisme** », Mémoire en vue d’obtention de magister en psychologie clinique Option : psychologie traumatique, Université Mentouri Constantine.

Boyd Danah (2014): **“it’s complicated the social lives of networked teens”**, Yale University press, us.

Boyd Danah and Ellison Nicole (2007): **“Social Network Sites: Definitions, History, and Scholarship”**, University of California- Berkeley.

Broussard, S. C., & Garrison, M. E. B. (2004): **“The relationship between classroom motivation and academic achievement in elementary school-aged children”**. Family and Consumer Sciences Research Journal, 33(2).

Brown Jonathon (2001): **“From the top down: Self-esteem and self-evaluation”**, Psychology Press Ltd, Cognition and Emotion, 15 (5).

Bryant, J., and D. Zillmann (1984): *“Using television to alleviate boredom and stress: selective exposure as a function of induced excitational states”*. Journal of Broadcasting.

Buchanan M. James (1975): *“The Limits of Liberty, Between Anarchy and Leviathan”*, the University of Chicago, United States of America.

Buckingham, David (2008): *“Introducing Identity”*, Youth, Identity, and Digital Media, Institute of Education, University of London, Centre for the Study of Children, Youth and Media.

Buhrmester Duane (1987): *“The Development of Companionship and Intimacy”*, child Development, the Society for research in child development Inc.

Burke Moira and Kraut Robert (2011): *“Social Capital on Facebook: Differentiating Uses and Users”*, Human-Computer Interaction Institute Carnegie Mellon University, Vancouver, BC, Canada.

Burke Moira and Kraut Robert (2011): *“Social Capital on Facebook: Differentiating Uses and Users”*, Human-Computer Interaction Institute Carnegie Mellon University, Vancouver, BC, Canada.

Cantril H, Allport G(1935): *“The psychology of Radio”*, Journal of Broadcasting, 28, New York.

Carmines and Zeller (1979): *“Reliability and Validity Assessment”*, Quantitative Applications in the Social Sciences Sage University Press.

Carroll, Evan, and Romano John (2011): *“Your Digital Afterlife: When Facebook, Flickr and Twitter Are Your Estate, What’s Your Legacy?”*. Berkeley, CA: New Rider’s.

Castellan Catherine (2010): *“Quantitative and Qualitative Research: A View for Clarity”*, School of Education, Loyola University Maryland, International Journal of Education, Vol. 2, No. 2.

Castells Manuel (2002): « *la galaxie internet* », Fayard, paris.

Cheshire Coye (2004): “*The Emergence of Trust Networks under Uncertainty – Implications for Internet Interactions*”, Analyse & Kritik 26.

Chieng Liu Ban (2015): « *MULTI-FACET TRUST MODEL FOR ONLINE SOCIAL NETWORK ENVIRONMENT*”, International Journal of Network Security & Its Applications, Vol 7, N 1.

Chigona. W (2008): “*Uses and gratifications of mobile Internet among South African students*”, Department of Information Systems University of Cape Town Rondebosch, South Africa, Peer Reviewed Article Vol.10 (3).

Choy Angela (2005): “*Defining Motivation: Perspectives from Early Childhood Educators*”, Master Thesis, University of Hawaii.

Clasen Donna & B.Bradford (1985): “*The Multidimensionality of Peer Pressure in Adolescence*”, Journal of Youth and Adolescence, VoL 14.

Clavio Galen (2008): “*Uses and Gratifications of Internet Collegiate Sport Message Board Users*”. Thesis submitted for the degree of Doctor of philosophy, Indiana University, America.

Clavio Galen (2008): “*Uses and Gratifications of Internet Collegiate Sport Message Board Users*”. Thesis submitted for the degree of Doctor of philosophy, Indiana University, America.

Cohen Sheldon (2004): “*Social Relationships and Health*”, Carnegie Mellon University, American Psychologist.

Coleman James S (2004): “*Exchange and Rational Choice Theories*”, sociological theory in the contemporary era, Sage Publications.

Coleman S. James (1988): “*Social Capital in the Creation of Human Capital*”, the American Journal of Sociology, Vol. 94, the University of Chicago Press.

Coleman, J. (1987). *“Norms as Social Capital”*. In G. Radnitzky, & P. Bernholz, *Economic Imperialism*. New York: Paragon.

Coleman, J. S (1959): *“The Adolescent Society”*, From Academic Achievement and the Structure of Competition, *Harvard Education Review*, Volume 29, No. 4.

Coleman, J. S (1990): *“Foundations of social theory”*. Massachusetts: The Belknap Press and Harvard University Press.

Coleman, J.S (1998): *“The creation and destruction of social capital: implications for the law”* *Notre Dame Journal of Law, Ethics and Public Policy*, 3.

Collins Nancy L. and Carol Miller Lynn (1994): *“Self-Disclosure and Liking: A Meta-Analytic Review”*, *Psychological Bulletin*, Vol. 116, No. 3.

Cooper Joel (2007): *“Cognitive Dissonance, Fifty Years of Classic Theory”*, Sage Publications.

Creswell, J. (2008). *“Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research”*. New Jersey: Pearson: Merrill Prentice Hall.

Curran James(1992): « *la décennie des révisions* », Traduction de Daniel Dayan, University of London, Hermès 11-12.

Davis H. Charles (2011): *“Q Methodology in Audience Research: Bridging the Qualitative/Quantitative Divide?”* *Journal of Audience & Reception Studies*, Volume 8, Issue 2.

Davis Tim (2008): *“Youth Work and Social Networking Final Research Report”*, the National Work Agency.

Deci & Ryan (2000): *“Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well Being”*, *American Psychologist*, University of Rochester.

Deci Edward Gagné Maryléne and (2005): “*Self-determination Theory and Work Motivation*”, Journal of Organizational Behaviour, 26.

Deci & Vanteenkiste (2004): “*Self-determination Theory and Basic need satisfaction: Understanding Human Development in Positive Psychology*”, Department of Psychology, University of Rochester USA.

Demo, David (1987): “*Family relations and the self-esteem of adolescents and their parents*”. Journal of Marriage and the Family, 49.

Deshpande Akanksha (2013): “*Parenting Styles and its Effects on Adolescents’ Self-Esteem Prof*”. International Journal of Innovations in Engineering and Technology.

Diener & Pavot (2009): “Review of the Satisfaction with Life Scale”, Assessing Well-Being: The Collected Works of Ed Diener, Social Indicators Research Series 39, Springer Science+Business Media.

Diener, E., Emmons, R.A., Larsen, R.J., & Griffin, S. (1985): “*The satisfaction with life scale*”. Journal of Personality Assessment, 49.

Doherty N, Dickmann M (2009): ” *Exposing the symbolic capital of international assignments*”, Routledge, The International Journal of Human Resource Management, Vol. 20, No. 2.

Dutton William (2003): “*Trust in the Internet: The Social Dynamics of an Experience Technology*”, Oxford Internet Institute, Research Report No. 3.

Eccles and Wigfield (2002): “*Motivational Beliefs, Values, And Goals*”, Annual Reviews. Psychol 53.

Ellison Nicole B. and Boyd Danah (2013): “*Chapter 8. Sociality through Social Network Sites*”, the Oxford Handbook of Internet Studies. Oxford: Oxford University Press.

Elmer Nicholas (2001) : *“Self-esteem, The costs and causes of low self worth”*. Josef Rowntree Foundation.

Elster, John (1985):*”Nuts and Bolts for the Social Sciences”*, Cambridge University Press.

Emirbayer Mustafa and Ann Mische (1998): *“What Is Agency”*, New School for Social Research, American Journal of Sociology, Volume 103 Number 4.

Ertan Ash (2011): *“The Determinants of Social Capital on Facebook”*, Science and Technology Policies Research Center, Middle East Technical University, Ankara, Turkey.

Falkheimer Jesper (2009): *“Crisis Communication in a New World”*, Reaching Multicultural Publics through Old and New Media, Nordicom Review 30.

Farr James (2004):*”Social Capital, A Conceptual History”*, University of Minnesota, Sage Publications, Political Theory, Vol. 32 No. 1.

Fennell Melanie (2009): *“Overcoming Low Self-Esteem, A self-help guide using Cognitive Behavioral Techniques”*, Robinson Publishing.

Ficher(1992) : *“America Calling: A social History of the Telephone To 1940”*, Berkeley, CA, University of California Press.

Field John (2008) :*”Social Capital”*, second Edition, Routledge Publication, Madison Avenue, New York, America.

Flanazan, A and Metzger, M(2011):*“internet use in the contemporary media environnement”*, Human Computer Research, 27.

Flint John, Rob Rowlands (2003) :*”Commodification, normalization and intervention: Cultural, Social and Symbolic Capital in housing consumption and governance”*, Journal of Housing and the Build Environment (18).

Fogarty Kevin (2009): *“Can You Facebook Your Way to a New Job?”*, The Ladders.

Fox & Warber (2013): “*Social Networking Sites in Romantic Relationships: Attachment, Uncertainty, and Partner Surveillance on Facebook*”, CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING, Volume X, Number X.

François et al (2002): « *Théorie Sociale Cognitive de Bandura et Bilan de Compétences: Application, Recherches et Perspectives Critiques* », Département de Psychologie de l’université de potiers.

François Pierre-Henri (2004): « *Fondements Sociaux de la Pensée et de L’action chez Bandura* », Savoirs, Cairn.

Frank, R. H. & Bernanke, B. S (2007): “*Principles of Microeconomics 3rd ed*”, New York McGraw-Hill.

Fu Qianhong (2004): “*Trust, Social Capital, and Organizational Effectiveness*”, Master of Public and International Affairs, Faculty of the Virginia Polytechnic Institute, Blacksburg.

Fuchs Christian (2011): “*New Media, Web 2.0 and Surveillance*”, Sociology Compass.

Fukuyama, F(1995): « *Trust, Social virtues and the creation of prosperity* », New York: Free press paperbacks, Simon and Schuster.

Fuller Ted and Yumiao Tian (2006) :”*Social and Symbolic Capital and Responsible Entrepreneur ship*”, An Empirical Investigation of SME Narratives, Journal of Business Ethics.

G. D’Amato (2012): “*Social Networks: A New Source of Psychological Stress or a Way to Enhance Self-esteem? Negative and Positive Implications in Bronchial Asthma*”, Department of Respiratory Diseases, High Specialty Hospital A.Cardarelli, Napoli, Italy, *J Investig Allergol Clin Immunol* 2012; Vol. 22(6), Esmon Publicidad.

Gagné Maryléne and Deci Edward (2005): “*Self-determination Theory and Work Motivation*”, Journal of Organizational Behaviour, 26.

Gao Lan (2011): ***“Impacts of Cultural Capital on Student College Choice Process in China”***, Printed in the United States of America, Published by Lexington Books.

Gear Charlotte (2010): ***“Adolescent Autonomy with Parents as a Predictor of Low Susceptibility to Peer Pressure”***, University of Virginia.

Geldard (2004): ***“Understanding the Adolescent”***, Sage Publications.

Gluckman Peter and Others: (2011): ***“Puberty and adolescence: transitions in the life course”***, Improving the Transition Reducing Social and Psychological Morbidity During Adolescence, A report from the Prime Minister’s Chief Science Advisor, New Zealand.

Goldthorpe H. John (2007): ***« Cultural Capital, Some Critical Observations »***, Società editrice il Mulino, Bologna.

Gollwitzer P. M and G. Oettinger (2001): ***“International Encyclopedia of the Social & Behavioral Science”***, Elsevier Science Ltd.

Gorman Phil (2004): ***“Motivation and Emotion”***, Routledge Modular Psychology Series, New York.

Greenwood Dara (2013): ***“Fame, Facebook, and Twitter: How Attitudes About Fame Predict Frequency and Nature of Social Media Use”***, Psychology of Popular Media Culture, Vol. 2, No. 4.

Grenier Paola and Wright Karen (2001): ***“Social capital in Britain: an update and critique of Hall’s analysis”***, CCS International Working Paper Number 14.

Griffin Christine Phoenix Ann (1994): ***“The Relationship between Qualitative and Quantitative Research: Lessons from Feminist Psychology”***, Journal of Community & Applied Social Psychology, Vol. 4.

Grivel Guillaume, Aguilar Roberto (2010) : « *L'éducation physique à l'école : de l'implication à l'adhésion* », Master of Advanced Studies et Diplôme d'enseignement pour le degré secondaire II, Haute école pédagogique.

Gross Elisheva and Juvonen Jaana (2002): “*Internet Use and Well-Being in Adolescence*”, University of California, Los Angeles, Journal of Social Issues, Vol. 58, No. (1).

Gunter Barrie (2012): “*The quantitative research process*”, in *the Handbook of Media and Communication Research*, second edition, Edited by Klaus Bruhn Jensen, Routledge.

Guzman Maria (2008): “*Friendships, Peer Influence, and Peer Pressure during the Teens Years*”, University of Nebraska.

Ha. Luisa (1995): “*Subscriber's behaviors in electronic discussions groups: A Comparison between academics and practioners*”, in proceedings of the first annual conference on Telecommunications and informations markets.

Hagger M.S, Hardcastle S.J, and others (2014): “*Autonomous and controlled motivational regulations for multiple health-related behaviors: between- and within-participants analyses*” Health Psychology & Behavioural Medicine.

Hall Stuart & Jefferson Tony (1993): “*Resistance through Rituals, Youth subcultures in post-war Britain*”, Routledge.

Hamed M. Adnan : (2015) : “ *FACEBOOK SATISFACTION, LIFE SATISFACTION: MALAYSIAN UNDERGRADUATE EXPERIENCE*”, Malaysian Journal of Communication Jilid 31(2).

Hameury Gaëlle (2010) : « *le coaching pour intégrer la génération « Y » au Travail* », Group ICN Ecole de Management, France.

Hamilton (2012): “*Why most Facebook users get more than they Give, The effect of Facebook 'power users' on everybody else*”, Pew Research Center's Internet & American Life Project.

Hamilton Greg (2002): *“Mapping a History of Adolescence and Literature for Adolescents”*, the ALAN Review.

Hanifan, L. J (1916): *“The rural school community center”*. In A. L. Suhrie (Ed.), *new possibilities in education*. Philadelphia, PA: The American Academy of Political and Social Science.

Hans Weingard (2009): *“Value modeling for the pragmatic web-the case of Social Advertising”*. Tilburg University, 2-9 September, Graz, Austria.

Haridakis, P, & Hanson, G (2009): *“Social Interaction and Co-Viewing with YouTube: Blending Mass Communication Reception and Social Connections”*. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 53 (2).

Harris Allyssa L (2011): *“Media and Technology in Adolescent Sexual Education and Safety”*, the Association of Women’s Health, Obstetric and Neonatal Nurses.

Harrison Richard (2009): *“identity in online communities, Social Networking sites and language learning”*, international journal of Emerging Technologies and Society, Vol7, N°2.

Harsha Gangadharbatla (2008): *“Facebok Me: Collective Self-Esteem, Need to Belong, And Internet Self-Efficacy as Predectors of the Igenetation’s Attitudes toward Social Networking Sites”*, Journal of Interactive Advertising.

Hawkins and Novy (2011): *“self- determination theory and juvenile delinquency: A validation of a combined Theory for understanding youth in conflict with law”*, Adapted from an honor’s thesis project in the department of liberal arts honors at university of Texas at Austin.

Hebdige Dick (1979): *“Subculture, the Meaning of Style”*, Routledge.

Heider Fritz (1958): *“The Psychology of Interpersonal Relations”*, Library of Congress Catalog.

Henning Bernd (2001): « *Psychological Escapism: Predicting the Amount of Television Viewing by Need for Cognition* », International Communication Association.

Hevern Vincent (2004): « *Threaded Identity in Cyberspace: Weblogs and Positioning in the Dialogical Self* », Identity, 4 (4).

Heylighen Francic (1992): « *COGNITIVE-SYSTEMIC RECONSTRUCTION OF MASLOW'S THEORY OF SELF-ACTUALIZATION* », Behavioral Science, Volume 37.

Hodkinson, P. (2007): « *Youth Cultures: A Critical Outline of Key Debates* », in Youth Cultures: Scenes, Subcultures and Tribes, New York: Routledge.

Hsiw Alice (2009): « *Goal-Setting, Social Comparism, and Self-Control* », Princeton University.

Huebner E. Scott, Shannon M. suldo and others (2003): « *psychometric properties of two brief Measures of children's life satisfaction* », paper prepared for the indicators of positive development conference, university of South Carolina.

Huguet Marie-Jeanne (2009) : « *la génération « Y » ou « Gen Y » ou la génération des Millénaire* », Métaphore, n 52.

Hussenot Anthony (2008): « *vers une reconsidération de la notion d'usage des outils TIC dans les organisations, une approche En Termes d'Enaction* », Université de Nice Sophia-Antipolis, 27 mars 2008.

Inglehart, R (2000): « *culture shift in advanced industrial society* » Princeton, NJ: Princeton University press.

Inkeles Alex (2001): « *Measuring social capital and its consequences* », Kluwer Academic Publishers. Printed in the Netherlands.

Irvine J (1994): « *Sexual Cultures and the Construction of Adolescent Identity* ». Philadelphia: Temple University Press.

Iverson Roderick (1999): *“The relationship Between Job and Life Satisfaction: Evidence from a Romote Mining Community”*, Departement of Management, University of Melbourne.

Jacobs Jane (1961): *“The Death and Life of Great American Cities”*, the Failure of Town Planning. Penguin Books.

Jaecho Cho and others (2003): *“Beyond Access: The Digital Divide and Internet Uses and Gratifications”*, TT and society, Vol.1.

Jaecho Cho and others (2003): *“Beyond Access: The Digital Divide and Internet Uses and Gratifications”*, TT and society, Vol.1.

Jere & Davis (2011): *“An application of uses and gratifications theory to compare consumer motivations for magazine and Internet usage among South African women’s magazine readers”*, Southern African Business Review Volume 15 Number 1.

Jerod Foster (2013): *“Oldenburg’s Great Good Places Online: Assessing the Potential for Social Network Sites to Serve as Third Places”*, A Dissertation in MEDIA & COMMUNICATION, Texas Tech University.

Jones Marie (2010): *“The Me in Media: A functionalist approach to examining motives to produce within the public space of YouTube”*. A Dissertation submitted to the faculty of the Graduate School of the University of Minnesota, America.

Kain John F. and Kraig Singleton (1996): *“Equality of Educational Opportunity Revisited”*, New England Economic Review, Harvard University.

Kalpidou & Costin (2011): *“The Relationship between Facebook and the Well-Being of Undergraduate College Students”*, CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING Volume 14, Number (4).

Kandel Denis B.(1996): *“Coleman’s Contributions to Understanding Youth and Adolescence”* Routledge Collection”.

Kaplan and others (2007): *“How can we define intrinsic motivation?”*, Ecole Polytechnique Federale de Lausanne, Switzerland.

Karnik, Oakley, Venkatanathan (2013): *“Uses & Gratifications of a Facebook Media Sharing Group”*, Madeira Interactive Technologies Institute, University of Madeira, Portugal.

Karpel, M. (1976): *“Individuation: From fusion to dialogue”*. Family Process, University of Massachusetts, 15.

Karsenty Sacha (2009): *“Facebook and Information Trust, Facebook as a tool of information seeking and trust in the information gathered”*, Master of Science Thesis/Thesis Work in Communication, University of Gothenburg, Department of Applied Information Technology Gothenburg, Sweden.

Kasper, Fuehrer, E.C and Ashkanasy (2001): *« Communicating Trustworthiness and building Trust in interorganizational virtual organizations »*, journal of Management.

Katz, A. (2000): *“Leading Lads”*. London: Topman.

Katz, E., Gurevitch, M., & Hass, H (1973): *“on the use of the mass media for important things”*. American Sociological Review, 38.

Katz; Blumer; Gurevitch (1973): *“Uses and Gratifications Research”*. The Public Opinion Quarterly, Vol. 37, n 4, winter.

Kavanaugh Andrea (2003): *“Weak Ties in Networked Communities”*, Center for Human Computer Interaction, Virginia Tech, USA.

Kaye & Johnson (2002): *“Online and the Know: Uses and Gratifications of the Web for Political Information”*, Journal of Broadcasting & Electronic Media 46(1).

Keener Dana Celeste (2000): *“The Relationship between Adolescent Ego Development and Patterns of Parental Control”*, Distinguished Majors Thesis University of Virginia.

Kelly Gordon (1983): *“The Social Construction of Reality: Implications for Future Directions in American Cultural Studies”* The Annual of American Cultural Studies Prospects, Volume 8, Cambridge University Press.

Khanafiah Deni and Situngkir (2004): *“Social Balance Theory, Revisiting Heider’s Balance Theory for many agents”*, Bandung Fe Institute.

Kiesler S. (1986): *“The hidden messages in computers networks”*, Harvard Business Review (64).

Kim Junghyun, LaRose Robert (2009): *“Loneliness as the Cause and the Effect of Problematic Internet Use: The Relationship between Internet Use and Psychological Well-Being”*, CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR Volume 12, Number 4.

Klapper, JT(1963): *“Mass communication Research: An old Road resurveyed”*, Public opinion Quarterly, 27.

Krasnova Hanna (2013): *“The Impact of Social Media Use on Subjective Well-Being and Performance of Adolescents”*, Application for the Angelo Dalle Molle Foundation Prize, Universität Bern.

Krisanic Kara (2008): *“Motivations and Impression Management: Predictors of Social Networking Site Use and User Behaviour”*. A Thesis presented to the Faculty of the Graduate School at the University of Missouri-Columbia.

Kugler Émile & Claudon Marina (2011) : *« la Motivation de L’enfant dans la prise en charge orthophonique»*, Mémoire en vue de l’obtention du Certificat De Capacité D’Orthophoniste, Université Henri Poincaré Nancy 1, Faculté de médecine de Nancy.

Kwon, Dae-Bong (2009): *“HUMAN CAPITAL AND ITS MEASUREMENT”*, The Third OECD World Forum on Statistics, Knowledge and Policy, Charting Progress, Building Visions, Improving Life, Busan, Korea.

Lampe Cliff & Vitak Jessica (2013): *“Users and Nonusers: Interactions between Levels of Facebook Adoption and Social Capital”*, School of Information University of Michigan.

LaRose R, Mastro D, and Eastin M (2001): “*Understanding Internet Usage: A Social-Cognitive Approach to Uses and Gratifications*”. Social Science Computer review, Volume 19, Number 4.

Larson Reed (2002): “*Globalization, Societal Change, and New Technologies: What They Mean for the Future of Adolescence*”, University of Illinois, Urbana-Champaign, JOURNAL OF RESEARCH ON ADOLESCENCE, 12(1).

Latham P. Gary (2007): “*Work motivation: History, theory, research, and practice*”, Sage Publications, p: 30.

Lazlo Vincze (2013): “*The Bilingual Screen, Ethnolinguistic Identity among Three Language Minorities*”. University of Helsinki, Swedish School of Social Science.

Lecavalier Marie (2004): « *La Motivation, Quelque Chose Qui Se Construit* », Centre Dollard –Cormier, Université de Montréal.

Leung Louis (2007): “*Stressful Life Events, Motives for Internet Use, and Social Support among Digital Kids*”. Cyber Psychology & Behaviour, Volume 10, N 2.

Levy, M. R (1987): “*The audience experience with television news*”. Journalism Monographs 55.

Lin Carolyn (1993): “*Modeling the Gratification-seeking Process of Television Viewing*”. Human Communication Research, Vol.20 n2.

Lin, C.A: Looking back (1996): “*The contribution of Blumer and Katz’s uses and mass communication to communication research*”, Journal of Broadcasting and Electronic Media, 40.

Lin, N, Cook, K and Burt (2001): « *Social capital, Theory and Research* », NY Aldine DE Gruyter.

Livingstone Sonia (1996): *“On the continuing problems of media effects research”*, London School of Economics and Political Science, Published in Mass Media and Society. London: Edward Arnold. Second edition.

Livingstone, Sonia and Bovill, Moira (1999): *“Young people, new media: report of the research project Children Young People and the Changing Media Environment”*. Research Report, Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science, London, UK.

Locke Edwin (1996): *“Motivation through Conscious goal setting”*, Applied & Preventive Psychology (5), Cambridge University Press.

Loury Glenn C (2002): *“The Anatomy of Racial Inequality”*, Harvard University Press, United States of America.

Lunenburg Fred (2011): *“Expectancy Theory of Motivation: Motivating by Altering Expectations”*, International Journal of Management, Business, and Administration, Volume 15, n 1.

Luyckx Koen & others (2013): *“Personal Identity Processes from Adolescence through the Late 20s: Age Trends, Functionality, and Depressive Symptoms”*, Social Development Vol 22 No. 4.

Lynch Martin (2010): *“Basic Needs and Well-Being: A Self-Determination Theory View”*, School of Education and Human Development at the University of Rochester.

MacCrindle Mark (2002): *“Understanding Generation « Y », the Australian Leadership Fondation”*, Australia.

Maresca Bruno & Dujin Anne (2010) : *« Etre Jeune : Un Temps, Un Mode De Vie Pleinement Assumes »*, cahier de recherche : les jeunes d’aujourd’hui quelles société pour demain.

Martha Jack (2009): *“The Social Evolution of Citizen Journalism”*, The Canadian Journal of media studies, Vol 6(1).

Maslow Abraham (1970): *“motivation and Personality”*, 2d ed., Harper & Row, New York.

McCroskey Richmond (1997): *“Self-report Measurement”*, Communication Research Reports.

McGrath Siobhan (2012) : *“New Media Technologies in the Household”* , THE IMPACT OF NEW MEDIA TECHNOLOGIES ON SOCIAL INTERACTION IN THE HOUSEHOLD, Department of Sociology, National University of Ireland Maynooth.

McKenna and Bargh: plan 9 from Cyberspace (2000): *“The implications of the internet for personality and social psychology”*, personality and social psychology Review, 4(1).

McKenna Katelyn (2002): *“Relationship Formation on the Internet, What is the Big Attraction”*, Journal of Social Issues, Vol 58, No 1.

McQuail, D (1984): *“with benefits of hindsight: Reflections on Uses and Gratifications research”*. Critical Studies in Mass Communication.

McQuail, D., Blumler, J. & Brown, J.R (1972): *“The television audience: a revised perspective”*. In McQuail (Eds), Sociology of mass communications Harmonds worth, penguin books.

Medhar Slimane (2014): *« Manuel d’une Algérie a la dérive »*, Thala Editions, alger.

Medhar Slimane (2015): *“la violence sociale en algerie”*, Thala Editions, 4eme Editions, Alger.

Meeus Wim and others (2010): *“On the Progression and Stability of Adolescent Identity Formation: A Five-Wave Longitudinal Study in Early-to-Middle and Middle-to-Late Adolescence”*, Child Development, Volume 81, N5.

Mesch Gustavo (2005): *“A study of adolescents’ online and offline social relationships”*, Oxford Internet Institute, Research Report No. (8).

Mesch S.Gustavo (2006): “**Online Friendship Formation, Communication Channels, and Social Closeness**”, International Journal of Internet Science, 1 (1).

Mignon Jacques (2012): « *Etude Longitudinale De La Motivation D'étudiants Universitaires De 1ère Année* », Dissertation originale présentée en vue de l'obtention du grade de docteur en sciences agronomiques et ingénierie biologique, Université de Liège, Belgique.

Millette Mélanie (2009): « *Usages contributifs sur internet* » : *le podcasting indépendant et le sens de son style*, Université du Québec à Montréal.

Modell, J., and Goodman M. (1990): “*Historical Perspectives, At the Threshold: The Developing Adolescent*”, S.S. Feldman and G.R. Elliott (eds.) (Cambridge, MA: Harvard University Press.

Mukama Evarist (2010): « *Peer Group Influence, Alcohol Consumption, and Secondary School Students Attitudes towards School*”, A Dissertation submitted in partial fulfilment for the award of the degree of Master of Arts in Counselling of Makerere University Kampala.

Muncie, J. (2009): “*Youth Crime Representations, Discourses and Data*”. London: Sage Publications.

Murray Edward (1988): “*Motivation and Emotion*”, Englewood Cliffs, New Jersey.

Nahapiet and Ghosha(1998): « *Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage* », the Academy of Management Review,(23).

Nakamura, J.I.(1981): “*Human Capital Accumulation in Premodern Rural Japan*”, the Journal of Economic History, Vol. 41 (2).

Naz Summaira (2015): “*Relationship of Life Satisfaction and Job Satisfaction among Pakistani Army Soldiers*”, Journal of Business Research-Türk.

Nenty Johnson (2009):”*Writing a Quantitative Research Thesis*”, Educational Foundations, University of Botswana, Gaborone.

Nicholas Michael Cummings (2008): *“The Uses and Gratifications of Communications in Virtual Spaces: Media Depictions of Second Life”*. A thesis, University of Oregon, July.

Nie Jiaqi (2013): *“Who Would Pay for Facebook? Self Esteem as a Predictor of User Behavior, Identity Construction and Valuation of Virtual Possessions”*, Interactive & Digital Media Institute, National University of Singapore.

Nie, N.H: *“Sociability, international relations, and the internet, reconciling, conflicting Findings”*, American Behavioral Scientist, 45(3), 2001.

Niemiec C, Ryan R, Deci E (2010): *“Self-Determination Theory and the Relation of Autonomy to Self-Regulatory Processes and Personality Development”*, Handbook of Personality and Self-Regulation.

Niemiec Christopher and Ryan Richard (2009): *“Autonomy, competence, and relatedness in the classroom, applying self-determination theory to educational practice”*, University of Rochester, New York, USA, Sage Publications.

Nnamdi, B (1995): *“Media Uses and Gratifications: A Review”*. Departement of Mass Communication University of Nigeria, Nsukka.

Nye Robert (1999): *“Three Psychologies, Perspectives from Freud, Skinner and Rogers”*. Library of Congress Cataloging -In- Publication Data, 6th Edition.

Nyland Rob (2007): *“the Gratification Niches of internet Social Networking, E-mail, and Face-To-Face Communication”*, Faculty of Brigham Young University.

O’Donoghue Zoe (2013): *“Friend Me: The Impacts of Technology on Human Interaction”*, Running Head: Technology and Human Interaction.

Oakley Ian (2013): *“Replicating and Extending a Facebook Uses & Gratifications Study: Five Years Later”*, Madeira Interactive Technologies Institute, University of Madeira, Portugal.

October Sylvie : « *pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de Transmission* » : un choc de cultures !, culture prospective, N₁.

Olson Deborah A.: (2012): «*The Influence of Facebook Usage on Perceptions of Social Support, Personal Efficacy, and Life Satisfaction*», University of La Verne, Journal of Organizational Psychology vol. 12.

Osakinle (2009): “*The Roles of Media and Technology in Adolescents’ Development in Ekiti State, Nigeria*”, Middle-East Journal of Scientific Research 4 (4).

Oscar Peters (2007): “*Social Psychological Determinants of Mobile Communication Technology Use and Adoption*” Thesis, University of Twente.

Palletier Luc and Gagnon Hugo (2008): “*Autonomous Motivation, Controlled Motivation, and Goal Progress*”, Journal of Personality.

Palmgreen & Rayburn (1984): “*A Comparison of Gratification Models of Media Satisfaction*”. Paper presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication.

Papacharissi Zizi & Mendelson Andrew (2011): “*Toward a New(er) Sociability: Uses, Gratifications, and Social Capital on Facebook*”, Media perspectives for the 21st century, New York: Routledge.

Papp Lauren & Danielewicz Jennifer (2012): “*Are We Facebook Official?*” *Implications of Dating Partners’ Facebook Use and Profiles for Intimate Relationship Satisfaction*”, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, Volume 15, Number 2.

Pénard Thierry (2013): “*Does the Internet make people happier?*” .Journal of Socio-Economics, Elsevier, (46).

Perruchet Aurélien (2006): «*Investir Dans Une Thèse : Capital ou Capital Culturel?* », Université de Bourgogne, Faculté de Sciences économiques et de Gestion,

Perse Elizabeth (1996): “*Sensation Seeking and the use of television for Arousal*”. Communication Reports, Volume 9.

Pinard Renée (2004) : « *le choix d’une approche méthodologique mixte de recherche en éducation* », Recherches Qualitatives, Vol. 24.

Pinard Renée (2004) : « *le choix d’une approche méthodologique mixte de recherche en éducation* », Recherches Qualitatives, Vol. 24.

Pitonyak David (2014): “*The Importance of Belonging*”, Blacksburg, VA: Imagine.

Podolskiy Oleg (2008): “*Moral Competence of Contemporary Adolescents: Technology-based Ways of Measurement*”, Inaugural Dissertation to Obtaining the doctoral degree Faculty of Economics and Behavioral Sciences Albert-Ludwigs-University of Freiburg im Breisgau, Germany.

Ponthiex Sophie (2004): « *le concept de capital social, analyse critique* », contribution au 10^{ème} colloque de L’ACN, paris, 21-23.

Pornsakulvanich, Haridakis & Rubin (2008): “*The influence of dispositions and Internet motivation on online communication satisfaction and relationship closeness*”, Computers in Human Behavior 24.

Pottier Céline (2006): « *L’appropriation sociale des Usages du multimédia et d’internet sur le territoire Brest* », Master 2 TEF.

Préel Bernard (2000) : « *Le choc des générations* », La Découvert, paris.

Proulx Serge (2005): « *Penser les usages des technologies de l’information et de la communication aujourd’hui: enjeux – modèles – tendances* », Enjeux et usages des TIC: aspects sociaux et culturels, Tome 1, Presses universitaires de Bordeaux, Bordeaux.

Pty Garrett (2007): “*Stress in Everyday Life*”, A LIFE EFFECTIVENESS GUIDE.

Putnam R. (2000): « *Bowling Alone: the collapse and Revival of American community* », New York, Simon and Schuster.

Putnam R.D, Feldstein L, Cohen D. (2003): “*Better Together: Restoring the American Community*”. New York: Simon & Schuster.

Putnam, R. D. (1995a): “*Bowling alone: America's Declining Social Capital*”. Journal of Democracy, 6 (1).

Putnam, R. D. (1996) “*Who Killed Civic America?*”. Prospect, 7, 24.

Putnam, R. D. (2000): “*Bowling Alone: the collapse and revival of American Community*”, Simon & Schuster, New York.

Putnam, R. D. (2002): “*Democracies in Flux: The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*”, Oxford University Press, p 8.

Putnam, R. D., Leonardi, R., & Nanetti, R. Y. (1993). “*Making Democracy Work, Civic traditions in Modern Italy*”. New Jersey: Princeton University Press.

Radel Rémi (2009) : « *L'inconscient motivationnel et sa place dans la théorie de l'autodétermination* », Thèse de doctorat, Réalisée au laboratoire Sport et Environnement Social, Ottawa.

Radosevitch David and others (2007): “*Goal Orientation and Goal Setting, Predicting Performance by Integrating Four-Factor Goal Oriented Theory with Goal Setting Processes*”, Seoul Journal of Business , Volume 13, n 1.

Rarrbo Kamel (1995): « *L'Algérie et sa jeunesse, marginalisation sociales et désarroi culturel* », Editions L'Harmattan, Paris.

Rathi Neerpal and Rastogi Renu (2007): “*Meaning in Life and Psychological Well-Being in Pre-Adolescents and Adolescents*”, Journal of the Indian Academy of Applied Psychology, Vol. 33, No.1.

Rawlings John (1998) : « *Applied Regression Analysis, A Research Tool* », Second Edition, Springer.

Raymond Robert Tremblay et Yvan Perrier (2006) : « *Savoir plus : outils et méthodes de travail intellectuel* », Les Éditions de la Chenelière inc.

Rheingold, H (1993): « *the Virtual community* », Addison-Wesley.

RICE (1980): “*The Job-Satisfaction/Life-Satisfaction Relationship: A Review of Empirical Research*”, BASIC AND APPLIED SOCIAL PSYCHOLOGY.

Rigby Scott; Deci Edward and others (1992): “*Beyond the Intrinsic –Extrinsic Dichotomy: Self-Determination in Motivation and Learning*”, University of Rochester, Motivation and Emotions, Vol.16, No 3.

Riley (2012): “*networking: finding opportunities for career development*”, National Association of Social Workers.

Robbins Derek (2005): « *The origins, early Development and status of Bourdieu’s concept of ‘cultural capital’* », The British Journal of Sociology, Volume 56 Issue 1.

Robinson Laura (2007): “*The cyberself: the self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age*”, New Media Society, Sage Publications.

Robinson P. John (1991): “*Measures of Personality and Social Psychological Attitudes*” Academic press, San Diego, California, USA.

Romer, P.M. (1990): “*Endogenous Technological Change*”, journal of political Economy, 98(5).

Rosengreen, K. E, Wenner, L.A. & Palmgreen, P (1985): “*Media gratifications research: current perspectives*”. Beverly Hills, CA, Sage.

Roussel Patrice (2000): « *La Motivation Au Travail-Concept et Théories* » Laboratoire Interdisciplinaire de recherche sur les Ressources Humaines et l'Emploi, Université des Sciences Sociales, France.

Roy, S. (2009): “*Internet uses and gratifications: A survey in the Indian context*”, Computers in Human Behavior, 29.

Rubin, A.M (1984): “*Ritualize and instrumental television viewing*”, Journal of communications, 34 (3).

Ruggiero Thomas (2000):“*Uses and Gratifications Theory in 21st century, Communication Departement*”, University of Texas at El Paso, Mass communication and society.

Russell Katherine (2007): “*THE CHANGING FACE OF YOUTH: MASS MEDIA CULTURE AND THE LIFE OF THE AMERICAN TEEN*”, A Thesis Submitted to the Faculty of the Graduate School of Arts and Sciences of Georgetown University, Master of Arts in Communication, Culture and Technology.

Ryan & Kuczkowski (2004): “*The Imaginary Audience, Self-Consciousness, and Public Individuation in Adolescence*”, University of Rochester, Journal of Personality 62:2.

Ryan Richard (2009): “*Self-determination Theory and Well-being*”, Well-being in Developing Countries, Centre for Development Studies, University of Bath, England.

Ryan Richard M. and Deci Edward L (2009): “*Promoting Self-Determined School Engagement Motivation, Learning, and Well-Being*”, Routledge, New York.

Ryn M. Richard and Deci L. Edward (2000): “*Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Delimitations and New Directions*”. University of Rochester, Contemporary Educational Psychology 25.

Sabatini Fabio (2014): “*Online networks and subjective well-being*”, Department of Economics and Law, Sapienza University of Rome, Italy.

Saguaro seminar: *“Civic engagement in America”*. (2010). Retrieved September 20, 2013, from <http://bowlingalone.com>.

Said-Amer Tayeb (2000): *« L’Algérie face a son avenir »*, Editions El-Hikma, Alger.

Sandra Franke (2005): *“Measurement of social capital”*. Reference document for public Research, Development and Evaluation, PRI project: Social Capital as a public policy Tool, Canada.

Sandra Graham and Bernard Welner (1992): *“Theories and Principles of Motivation”*, University of California, Los Angeles.

Sandrine Bensadoun-Medioni (2010): *« Le modèle des usages et gratifications appliqué a l’internet ET la télévision interactive »*, Dauphine Researches en Management.

Scheugle, D and Shah, D(2000): *“Personality strength and social capital: the Role of dispositional and informational variables in the production of civic participation”*, Communication Research, 27(2).

Schmitt P. David & Juri Allik (2005): *“Simultaneous Administration of the Rosenberg Self-Esteem Scale in 53 Nations: Exploring the Universal and Culture-Specific Features of Global Self-Esteem”*, Journal of Personality and Social Psychology, Vol 89, NO 4.

Schouten Alexander Peter (2007): *“Adolescents’ online self-disclosure and self-presentation”*, Thesis, The Amsterdam School of Communications Research.

Schwartz Sarah (2012): *“Does Facebook Influence Well-Being and Self- Esteem Among Early Adolescents?”*. St. Catherine University, Master of Social Work Clinical Research Papers.

Selwyn Neil: (2009): *“Faceworking: exploring students’ education-related use of Facebook”*, Learning, Media and Technology Vol. 34, No. 2.

Sheikh Ismail (2013): *“Facebook Usage among Somali Youth: A Test of Uses and Gratifications Approach”* International Islamic University Malaysia, International Journal of Humanities and Social Science Vol. 3 No. 3.

Sheldon & Ryan (2011): *“Positive Psychology and Self-Determination Theory: A Natural Interface”*, Springer.

Sheldon Kennon & Filak Vincent: *“Manipulating autonomy Competence, and relatedness support in game-learning context: new evidence that all three needs matter”*, British Journal of Social Psychology, 47.

Sheldon Pavica (2008): *“The Relationship Between Unwillingness-to-Communicate and Students’ Facebook Use”*, Journal of Media Psychology, Vol. 20(2).

Shotter, J., & Gergen, K. J. (1994): *“Social construction: Knowledge, self, and continuing the conversation”*. In S. Deetz (Ed.), Communication Yearbook, 17 Thousand Oaks, CA: Sage.

Shrum (2004): *“THE PSYCHOLOGY OF ENTERTAINMENT MEDIA. Blurring the Lines between Entertainment and Persuasion”*, LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS, Mahwah, New Jersey.

Sideri Katrina (2004): *“Questioning the Neutrality of procedural Law: Internet Regulation in Europe through the Lenses of Bourdieu’s Notion of Symbolic Capital”* European Law Journal Vol. 10, N1.

Siebert, H (1985): *“Research on motivation for further education in the federal republic of Germany”*, Motivation for adult education (Munich, Saur).

Singer, T.B: online Journalists (1998): *“Foundations For research into their changing roles”*, Journal of computer-mediated communication.

Skelton Tracey & Valentine Gill (1998): *“Cool Places, geographies of youth cultures”*, by Routledge, London.

Smock Andrew (2011): *“Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use”*, Computers in Human Behavior 27.

Sponcil Megan (2014): *“Use of social media by college students: Relationship to communication and self-concept”*, Journal of Technology Research.

Srivastava Akanksha (2015): *“The Effect of Facebook Use on Life Satisfaction and Subjective Happiness of College Students”*, the International Journal of Indian Psychology.

Stajkovic Alexander and Luthans Fred (1998): *“Social Cognitive Theory and Self-Efficacy: Going Beyond Traditional Motivational and Behavioural Approaches”*. Organizational Dynamics.

Steinfeld Charles & Ellison Nicole (2008) *“Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis”*, Journal of Applied Developmental Psychology 29.

Stenger Thomas et Coutant Alexandre (2011) : « *Ces Réseaux Numériques Dits Sociaux* », Hermès - cognition-communication-politique, n 59.

Steinfeld Charles (2012): *“Online Social Network Sites and the Concept of Social Capital”*, Frontiers in New Media Research, New York: Routledge.

Steinmetz George (2006): *“Bourdieu’s Disavowal of lacan, psychoanalytic Theory and the Concepts of Habitus and Symbolic Capital”*, Oxford, Constellations Volume 13, N4.

Stephan ten Kate (2009): « *Trustworthiness within Social Networking sites, a study on the intersection OG HCI and sociology* », Master Thesis-Business studies, Faculty of Economics and Business at the UN of Amsterdam.

Stephenson Max, Chair and Alnoor Ebrahim (2004): « *Trust, Social capital, and Organizational Effectiveness* », Master of public and International Affairs, Blacksburg.

Storr Virgil (2009): *“The social construction of the market”*, George Mason University, Arlington, Virginia, Working Paper.

Sucio Leonina (2013): *“Vroom’s Expectancy Theory, an Empirical study of Civil Servant’s Performance Appraisal Influencing Expectancy”*, Transylvanian Review of Administrative Sciences, n 39.

Swartz David (1997) :”*culture and power, the sociology of Pierre Bourdieu*”, the university of Chicago press, Chicago.

Sykes Alan (2012): “*An Introduction to Regression Analysis*”, Chicago Working Paper in Law & Economics.

Szalacha, L. (2005): “*Adolescence*”. In J. Sears, (Ed.), Youth, education, and sexualities, Volume One: A-J. (pp. 16–19). Westport, Connecticut: Greenwood Press.

Thatcher W. Robert (2010): “*Validity and Reliability of Quantitative Electroencephalography (qEEG)*”, Published in the Journal of Neurotherapy, 14.

Totu Andreas (1996): “*Children and Television, A comparison between Classical and Contemporary Research*”. Journal Komunikasi, Vol. 12.

Tucker Rae Jenna (2014): “*It's Complicated: The Role of Facebook in Romantic Relationships Concerning Relational Certainty, Attachment, and Self-Esteem*”, Portland State University, Dissertations and Theses.

Turcotte Audrey (2011) : « *le web 2.0 : mieux le comprendre pour mieux l'utiliser, Cahier de Recherche n 11-12* », Montréal, Québec.

Tyler Tom (2002): “*Is the internet Changing Social Life? It Seems the More Thing Change, the More They Stay the Same*”. New York University, Journal of Social Issues, Vol, 58, No 1.

Vaidis Davis (2007) : « *La Théorie de la dissonance cognitive: une Théorie âgée d'un demi siècle* », Revue électronique de psychologie sociale, n 1.

Valenzuela Sebastian (2009): “*Is there social capital in social Network site? Facebook use and college students life satisfaction, Trust, and participation*”, University of Texas at Austin, Journal of Computer-mediated communication.

Vallieres Evelyne (1990) : « *Traduction Et Validation Canadienne –Française De L'Echelle De L'Estime De Soi De Rosenberg* », International Journal of Psychology, 25.

Van Beuningen Jacqueline (2012): *“The Satisfaction with Life Scale Examining Construct Validity”*, Discussion paper, Statistics Netherlands.

Vansteenkiste and others (2005): *“Understanding unemployed people’s job search behaviour, unemployment experience and well being: A comparison of expectancy-value theory and self-determination theory”*, British Journal of social Psychology, 44.

Varien D. Mark and James M. Potter (2008): *“The Social Construction of Communities, Agency, Structure, and Identity in the Prehispanic Southwest”*, Rowman & Littlefield Publishers, United Kingdom.

Veenhoven Ruut (1996): *“A comparative study of satisfaction with life in Europe”*. Chapter 1, Eötvös University Press.

Villani Daniela (2008): *“Presence and Relaxation: A Preliminary Controlled Study”*, PsychNology Journal, Volume 6, N 1.

Viswanathan, (2005): *“What is Measurement?”* .Sage Publications.

Volakis Nikolaos (2011): *“Trust in Online Social Networks”*, Master of Science, School of Informatics, University of Edinburgh.

Walther Joseph (1996): *“Computer Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hypersonal Interaction”*, Communication Research, p: 15, Sage Publication.

Warfield Rawls Anne (1992): *“Can rational choice be a foundation for social theory?”* Wayne State University, Theory and Society Volume 21, Netherlands.

Warmelink Harald (2009): *“Press Enter or Escape to Play Deconstructing Escapism in Multiplayer Gaming”*, Authors & Digital Games Research Association (DiGRA).

Weingard Hans (2009): *“Value modeling for the pragmatic web-the case of Social Advertising”*. Tilburg University, 2-9 September, Graz, Austria.

Wellman Barry (2001): “*Does the internet Increase, Decrease, or Supplement social capital?*” Center for Urban and community studies, University of Toronto.

Wenninger (2014): “*ACTIVITY MATTERS: INVESTIGATING THE INFLUENCE OF FACEBOOK ON LIFE SATISFACTION OF TEENAGE USERS*”, Twenty Second European Conference on Information Systems.

Wigfield Allan (2004) : “*Expectancy-Value Theory of Achievement Motivation*”, a Developmental Perspective”, Educational Psychology Review, Vol 6, n (1).

Wigfield Allan and Eccles Jacquelynne (2002): “*Development of Achievement Motivation*”, a Volume in Educational Psychology Series.

Wigfield Allan, Eccles jacquelynne (2004): “*Expectancy Value Theory in cross-cultural perspective, Big theories revisited*”, Vol 4 in: Research on Sociocultural Influences on Motivation and Learning.

Williams Carrie (2007): « *Research Methods* », Journal of Business & Economic Research, Volume 5, Number 3.

Williams Dmitri (2006): “*On and Off the 'Net: Scales for Social Capital in an Online Era*”, Journal of Computer-Mediated Communication.

Winkin Yves, Jacques Dubois, Pascal Durand (2005): « *Le symbolique et le social* ». *La réception internationale de Pierre Bourdieu*, Université de Liège, coll. « Sociopolis ».

Wolf, K. & Fiske, M (1949): “*The children talk about comics*”. In P.F Lazarsfeld & F.N Stanton (Eds), communications research: 1948-1949. New York, Harpers & Brothers.

Wong K.W. Winter (2012): “*FACES on FACEBOOK: A Study of Self-presentation and Social Support on Facebook*”, Discovery–SS Student E-Journal Vol. 1.

WoolCock, M (1998):« *Social capital and economic development toward a Theoretical synthesis and policy framework* », Theory and Society, 27 (2).

Woolthuis Rosalinde Klein, Hillebrand Bas and Nooteboom Bart (2005): ***“Trust, Contract and Relationship Development”***, Organization Studies 26(6), SAGE Publications.

Wyn Johanna and White Rob (1997): ***“Rethinking Youth”***, National Library of Australia.

Xin Zhao (2014): ***“Gratifications About Reality Television The Voice Of China Among Chinese Audience”***, Master of Communication Arts, School of Bangkok University.

Yang Anbo (2010): ***“The impact of parental self-esteem and parental rearing behavior on adolescent attachment to parents”***, College of Psychology and Cognitive Science, East China Normal University.

Youcef HOCINE : (2011) : « ***Etude de la violence verbale dans le cadre des interactions scolaires*** », FACULTÉ DES LETTRES ET DES LANGUES DÉPARTEMENT DE FRANÇAIS, magister, option sciences de langage, Université d'Alger 2.

Young Ji, K (2008): ***“The impact of internet use patterns on political engagement: A focus on online deliberation and virtual social capital”***, information Policy, The international Journal of Government and Democracy in the information age, 11(1).

Young Robin (2013) : ***“ The Influence of Parent-Child Attachment Relationships and Self-Esteem on Adolescents’ Engagement in Risky Behaviors”***, Master’s Thesis Presented to The Faculty of the Graduate School of Arts and Sciences Brandeis University.

Zhao Xuan, Salehi Niloufar (2013): ***“The Many Faces of Facebook: Experiencing Social Media as Performance, Exhibition, and Personal Archive”***. Changing Perspectives, Paris, France.

Ziamou (2012): ***“Am I Getting It or Not? The Practices Involved in Trying to Consume a New Technology”***. Product Development & Management Association.