3. مزاب ناصر (2008): المعاملة الوالدية للحدث الجانح وعلاقتها بمفهوم الذات. رسالة دكتوراه دولة غير منشورة، قسم علم النفس وعلوم التربية، جامعة الجزائر.
4. قماز فريدة (2009): عوامل الخطر والوقاية من تعاطي المخدرات. رسالة دكتوراه دولة غير منشورة، قسم علم النفس وعلوم التربية – جامعة الجزائر.
5. صالح السعد (1999): الوقاية من المخدرات – دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
6. Bautier, E, (2003) : Décrochage scolaire : Genèse et logique des parcours, VEI Enjeux n°132, mars.
7. Crahy ,M, (2007) Peut-on luter contre l'échec scolaire 3e édition de boeck.
8. Janoz, M, (2000) : L'abandon scolaire chez les adolescents : perspective nord-américaine, VEI Enjeux n°122 sep.
9. Sullivan, M, (1988) : Analyse comparative des décrocheurs et des non-décrocheurs dans les écoles secondaires de l'Ontario, Toranto. Service de pub. du MEO.
10. UNESCO, (1998) : Rapport mondial de l'éducation, Paris.

الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية الافتراضية: مقاربة للتمثّلات والاستخدامات

د. نصر الدين لعياضي
كلية الاتصال، جامعة الشارقة

ملخص

يحاول هذا البحث أن يدرس استخدام الشباب في دولة الإمارات للانترنت بعيدا عن الأطر النظرية المهيمنة التي تحصر هذا الاستخدام وفق منظور الحتمية التكنولوجية والاستخدامات والاشباعات.
و يسعى إلى توضيح كيف أن تقارب الشباب في دولة الإمارات في امتلاك التكنولوجيا لم يؤد إلى توحيد استخدامهم لها وتنميطه. والسبب في ذلك لا يعود إلى تفاوت الكفاءات التقنية للمستخدمين فقط، بل للسياق الاجتماعي للاستخدام والتمثل للانترنت وتطبيقاتها: التدوين، الفيس بوك، تويتر، واليوتوب.
كما يحاول هذا البحث الإجابة عن السؤال التالي: هل أن الانترنت تعمل على إحداث قطيعة مع علاقات الشباب الاجتماعية التي يقيمونها في حياتهم اليومية أو أنها تعيد إنتاجها. بمعنى هل أن فضاء الشباب الافتراضي يبعدهم عن واقعهم أو يعزز ارتباطهم به وبما يحمله من رموز وقيم وتصورات ومشاعر.

الكلمات الدالة: الفضاء الافتراضي، الأنا الجمعي ، الفضاء العمومي، الشبكات الاجتماعية.

مقدمة

أصبح من المتعارف عليه أن الشباب يشكل الفئة الاجتماعية الأكثر انفتاحا على تكنولوجيا الاتصال واستخداما لها، والساعية أكثر إلى امتلاك المهارات التقنية التي تسمح لها بذلك، مقارنة ببقية الفئات الاجتماعية. ففي هذه المرحلة من العمر يتجلى الوعي بالفردانية والاستقلالية الذي تعززه الممارسات الإعلامية والثقافية الجانحة، أكثر، نحو الفردانية، مثل امتلاك الهاتف النقال الشخصي، والكمبيوتر الشخصي، واستخدام لشبكة الانترنت، والاستمتاع بـ Ipod، وغيرها من الوسائل التي تسمح للشباب بالتعبير عن هويتهم، والابتعاد تدريجيا عن مراقبة أولياء أمرهم.[1]

1-Livingstone S., "Du rapport entre audiences et publics", Réseaux, no 126, vol. XXII, 2004, pp. 17-55

في ظل هذا السياق تظل الرغبة في المعرفة العلمية لعلاقة الشباب والانترنت متجددة في العالم والمنطقة العربية.

من يتابع المؤتمرات والندوات، وحتى بعض البحوث العلمية عن الشباب والانترنت في المنطقة العربية رغم قلتها، يلاحظ حجم الخشية من تأثير شبكة الانترنت على تكوين النشء في ظل انتشارها جغرافيا واجتماعيا.[2] إنها الخشية ذاتها التي تصاحب كل جديد منذ دخول المطبعة إلى المنطقة العربية إلى غاية البث التلفزيوني المباشر.

وقد تعززت هذه الخشية بسيادة الرؤية المعيارية لوسائل الاتصال واستخداماتها، والتي تقف عند وصف الظاهرة، وتصنيف استتباعاتها، وفق الثنائية التالية: إيجابية وسلبية.

نعتقد أن تضخيم هذه الخشية يقضي على الرؤية الاستكشافية التي تتأسس على مساءلة تمثّل الشباب للانترنت، وغائية الاستخدامات التي قد لا يفصح عنها الروتين اليومي.

لتجاوز الثنائية المذكورة أعلاه، يطرح هذا البحث على بساط المناقشة العلاقة بين الشباب في الإمارات والانترنت على مستويين متداخلين: التمثّل والاستخدامات.

إشكالية البحث وتساؤلاته

إن العلاقة بين الانترنت والشباب تطرح الكثير من التساؤلات عن البعد الاجتماعي للتكنولوجيا، والتأثير الاجتماعي على التكنولوجيا، وأنماط استخدام الانترنت وغاياته (الاتصال وتكوين علاقات- صداقات- الإعلام والمعرفة- الترفيه، التسوق، تعزيز مهارات استخدام التكنولوجيا الحديثة) والتي تعبر كلها، ضمنيا، عن التفاوت في الاستخدام، والتباين في مقاصده.

إن البحث عن هذا التفاوت والتباين يفضي إلى التساؤل عن أسبابه ودوافعه من خلال استحضار جملة من المتغيرات السوسيو ثقافية المتفاعلة: النوع، والسن، والجنسية، وتشخيص الاستخدام الاجتماعي لبعض التطبيقات التي تتيحها شبكة الانترنت: البريد الإلكتروني، والدردشة والمشاركة في المنتديات الالكترونية، والاشتراك في الفيس بوك، ويوتيب، وتويتر، والانضمام إلى الفضاء التدويني.

2 - انظر على سبيل المثال، وليس الحصر، المقدمة التي وضعت لوقائع الندوة العلمية الموسومة: " ثقافة الانترنت واثرها على الشباب"، التي نظمها المنتدى الإسلامي بالشارقة، وجامعة الشارقة، ودائرة الثقافة والإعلام بمدينة الشارقة، في الفترة 10 11- فبراير 2004، إصدارات دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، 2006، ص 8

إننا ندرك أن هذه المتغيرات تملك وزنا متباينا في دراسة علاقة الشباب في دولة الإمارات بالانترنت. فمتغير الجنسية يلعب، في اعتقادنا دورا أساسيا في الكشف عن هذه العلاقة، وذلك لأن الإمارات تتسم بتنوع سكاني واضح، إذ توجد بها نسبة عالية من اليد العاملة الوافدة من جنسيات مختلفة. فإذا كنا نؤمن بأن الانترنت تساهم في بناء الذّات وفي تشكيل الهوية، فإنها لا تفعل ذلك من فراغ، بل ترتكز على هوية في طور التشكّل تحدد ملامح الاندماج داخل المجتمع الإماراتي أو مع موطن الجنسية.

إذا السؤال المركزي الذي يثيره هذا البحث يتمثل فيما يلي: هل أن المتغيرات السوسيو ثقافية، والنوع تلعب الدور المحدد في التمثّلات للانترنت، وبالتالي في استخدامها (إيقاع الاستخدام وغاياته الصريحة أو الضمنية أم أن هذه المتغيرات لا تملك أي تأثير على الاستخدامات لأنها موحدة ومنمطة لدى كل الشباب بحكم وحدة المقاصد والغايات؟ فإذا كانت العلاقة بين التمثّل والاستخدام متفاعلة، فإن تشكل تمثّل الفرد للانترنت يرتكز، بهذا القدر أو ذاك، على الإمكانيات الشخصية التقنية والثقافية، وعلى البيئة الاجتماعية والثقافية التي تعّد متغيرات هذا البحث إحدى مكوناتها الأساسية، والتي تدفع بوسائط الإعلام الجديدة لتندغم في حياة الشباب في دولة الإمارات، وتصبح جزءا من وجودهم الاجتماعي.

إن العلاقات الاجتماعية موجودة بوجود المجتمع بمختلف بُناه (جمع بنية) ومؤسساته، ويمكن أن نعرفها، بشكل مبسط، بالقول أنها طريقة «في أن نكون معا»، والتي تتجسد، حسب ما أبرزها البحث العلمي، في لُحمة العلاقات القائمة بين البشر، وعبر الأشكال التالية:- علاقات صداقة (بين مختلف الأعمار، وبين الجنسيات المختلفة، والفئات الاجتماعية)، علاقات الترابط من خلال الخطوبة، الزواج والمصاهرة)، علاقات تبادل المعلومات والخدمات والتي تتجلى أكثر لدى تلاميذ المدارس الإعدادية والثانوية والجامعية، وداخل مؤسسات العمل). وعلاقات تعاضد ومؤازرة التي تتجلى لدى أفراد العائلة، أو سكان حي معين، أو أبناء قرية أو قبيلة، أو في العمل، أو في الفرق الرياضية أو بين مناصريها.

فهل تنتج شبكة الانترنت علاقات اجتماعية جديدة في سياق زماني ومكاني جديد أم أنها تعيد إنتاج العلاقات الاجتماعية القائمة المذكورة أعلاه باعتبارها ليست سوى وسيطا لهذه العلاقات يعمل على ترسيخها؟

لمعالجة هذه الإشكالية نستعين بمجموعة من الأسئلة التي توجه البحث وتؤطره، وهي:

1. هل أن تمثّل الشبكات الاجتماعية الإفتراضية هو ذاته لدى الشباب في دولة الإمارات؟
2. هل يتدخل الجنس والجنسية في صياغة تمثل الشباب في دولة الإمارات للشبكات الاجتماعية الافتراضية وبالتالي في استخدامها؟
3. هل أن الفئة الأصغر سنا من الشباب هي الأكثر إلماما واستخداما للشبكات الاجتماعية الافتراضية، كما تؤكد بعض البحوث الأمبريقية التي جرت في بعض الدول الغربية[3]؟
4. هل تعمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية على تشكيل علاقات اجتماعية جديدة أو تعيد إنتاج العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع، وتوسع انتشارها فقط؟

البحوث السابقة

تتسم البحوث العلمية حول الانترنت في المنطقة العربية بنقص واضح في البعد النظري الذي ينمي التفكير في شبكة الانترنت باعتبارها مركبا معقدا تصنعه جملة من العوامل المتداخلة: العامل التقني، والاقتصادي، والاجتماعي والثقافي والاتصالي.[4] وتتميز بتركيزها على فئات الشباب نظرا لاعتقاد راسخ بأنها الفئة الأكثر اندفاعا في المجتمع، والأكثر إقبالا على تبني ما هو جديد من أفكار، وتجهيزات تكنولوجية، وممارسات اجتماعية وإعلامية وثقافية. وعلى هذا الأساس فإنها الفئة التي تميل أكثر إلى استخدام الانترنت، وتحتاج إلى حماية نظرا لهشاشة تجربتها الاجتماعية ورغبتها في الخروج عن المألوف من الأفكار والممارسات.

من الصعب أن نقدم كل البحوث التي جرت في العالم، والمنطقة العربية، حول الشباب والانترنت. لذا سنكتفي بتقديم البعض منها، مركزين على تلك التي جرت في دولة الإمارات العربية، وبعض الدول الخليجية، والتي تكشف عن بعض التوجهات والهواجس البحثية حول هذا الموضوع. ففي هذا الإطار يمكن القول أن البحوث ركزت على استخدامات الشباب للانترنت والإشباعات

3 – أنظر على سبيل المثال البحث الوطني الذي جرى في كندا:
Boucher et Manon Groseilliers: Le double fossé numérique : L'autoroute de l'information au Canada Direction de recherché parlementaire, Canada 2002, retrieved June 14,2006 from dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Collection-R/LoPBdP/PRB-f/PRB0237-f.pdf

4 – يمكن أن تختصر هذه البحوث في مجموعة محدودة من البحوث، نذكر منها على سبيل التوضيح فقط:
عبد الرحمن عزي: الانترنت والسباب، بعض الافتراضات القيمية، وقائع الندوة العلمية حول ثقافة الانترنت واثرها على الشباب، إصدارات دائرة الثقافة والعلوم، الشارقة 2006، ص 326 – 348
الصادق رابح: آليات ادماج الانترنت في الفضاء ين المدرسي والعائلي، وقائع الندوة العلمية حول ثقافة الانترنت واثرها على الشباب، إصدارات دائرة الثقافة والعلوم، الشارقة 2006 ص 607 – 651
Sadok Hammami: L'Internet dans le monde arabe : A la recherche du paradigme absent, retrieved June 14,2009, from http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/09/06/32/PDF/internetmondearabe.pdf

التي يحققونها من خلال ذلك،[5] وعلى الآثار الاجتماعية لاستخدام الشباب للانترنت،[6] واستتباعاتها الثقافية؛ أي مساهمتها في تطوير الثقافة الفرعية لدى الشباب،[7] وعلى عادات استخدام الانترنت وتأثيرها على السلوك الثقافي،[8] وواقع استخدام الشباب في الإمارات[9] والسعودية[10] لمقاهي الانترنت.

المنهج وأدوات البحث

استخدم الباحث المنهج المسحي الوصفي في دراسته لعلاقة الشباب والانترنت في دولة الإمارات بالاعتماد على استبانة وجهت لعينة قوامها 115 فردا. تضمنت الإستبانة 35 سؤالا ارتكزت على المحاور التالية : (معلومات شخصية عامة، والتجهيزات التي يملكها المبحوث والتي تربطه بشبكة الانترنت، واستخدام المبحوث للانترنت: الإيقاع، والمدّة، والمكان، ودواعي الإبحار في شبكة الانترنت، والمواقع الإلكترونية التي زارها منذ شهر، واستخدامه لوسائل الإعلام الكلاسيكية، واستخدامه للشبكات الاجتماعية: المدونات الإلكترونية، وتويتر، واليوتيب، والفيس بوك).يعاني البحث الكمي، على أهميته في البحوث الاجتماعية، من بعض القصور، ويتمثل في السعي لتكميم الظاهرة، ومحاولة استخراج قوانين تتحكم في تطورها. ومن أجل تجاوز هذا القصور لم يكتف الباحث بتحليل النتائج الكمية التي توصل إليها، لأنه يعدُها مشروطة بظرفها الزماني والمكاني، وبالظاهرة المدروسة التي ما زالت قي التطور والتشّكل. بل أجرى (26 مقابلة معمقة مع المبحوثين، خاصة الذين أنشأوا مدونات إلكترونية أو اشتركوا في الشبكات الاجتماعية (يوتيب، وفيسبوك).

5 – محمد قيراط، ومحمد عايش: استخدامات واشباعات الانترنت، دراسة ميدانية تحليلية لشباب الإمارات العربية المتحدة، وقائع الندوة العلمية حول ثقافة الانترنت واثرها على الشباب، إصدارات دائرة الثقافة والعلوم، الشارقة 2006ن ص 50 – 88

6 – مريم محمد آل علي : « الأثار الاجتماعية لاستخدام الانترنت لدى الشباب، نفس المرجع، ص 106 – 138
فوزية عبد الله آل علي: الأثار الاحتماعية والنفسية للانترنت على الشباب في دولة الإمارات، أبحاث المؤتمر الدولي الأول– الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 9–7 أبريل 2009 ص 333 – 368

7 – Deborah L. Wheeler The Internet and Youth Subculture in Kuwait, JCMC 8 (2) January 2003, retrieved June 14,2006 from http://jcmc.indiana.edu/vol8/issue2/wheeler.html#first

8 – نصر الدين لعياضي: الشباب الإماراتي والانترنت، دراسة ميدانية لعادات استخدام الانترنت وتأثيرها على السلوك الثقافي، المصدر ذاته، ص 196–140

9 – احمد فلاح العموش: «واقع استخدام الشباب لمقاهي الانترنت في مجتمع الامارات، المصدر ذاته، ص 197 – 238

10 – أحمد بن محمد الهاجري، بعنوان (شبكة الإنترنت وتأثيرها على الشباب السعودي، دراسة ميدانية لمقاهي الإنترنت بمدينة الرياض، 2003م ، مسترجع بتاريخ 26 - 12 - 2009 من الموقع:
http://www.hdrmut.net/vb/t208239.html

خصائص عينة البحث

إن مفهوم الشباب إشكالي، لأنه يعبر عن بناء اجتماعي لشريحة معينة من المجتمع، وقد حصرناها في من يتراوح سنهم ما بين 15 و30 سنة. وطبيعة البحث، وخصوصية هذه الشريحة فرضت على الباحث اختيار عينة غير احتمالية قوامها 115 مفردة، تتوزع كالتالي: 47 ذكور، و 68 إناث، و73 إماراتي، و19 من بقية دول مجلس التعاون الخليجي، و23 من من الدول العربية خارج مجلس التعاون الخليجي. وتضمنت الفئات العمرية التالية: 19 شابا ممن يتراوح سنهم ما بين 15 و20 سنة، و82 شابا ممن يتراوح سنهم ما بين 21 و24 سنة، و 14 شابا ممن هم في سن يتراوح ما بين 25 و30 سنة.

نعتقد أن هذه العينة تمثل مجتمع البحث، وتعكس خصائصه السوسيو ثقافية. ويلاحظ عنها أنها لا تشمل شباب جنوب أسيا، والسبب في ذلك لا يعود لعامل ثقافي لساني فقط، بل ترجع لعامل اجتماعي أيضا، حيث أن الغالبية الكبرى من أبناء هذه الجالية يتميزون بمستواهم التعليمي المنخفض، يحلون بدولة الإمارات لممارسة مهن شاقة لسد رمقهم ورمق ذويهم، خلافا لبقية الشباب في دولة الإمارات الذي يعيش معظم أفراده تحت كفالة ذويهم. لذا فإن علاقة شباب هذه الجالية تبدو لنا مغايرة عن بقية الشباب في دولة الإمارات.

تحليل نتائج البحث

1. الشباب في الإمارات والانترنت: بين الاتصال، والخدمة، والترفيه:

تتميّز الانترنت عن وسائل الإعلام الكلاسيكية بتعدد الأنشطة التي تتيحها وتداخلها: البحث عن المعلومات، تبادل البريد والرسائل، المحادثة والمشاركة في المنتديات، إرسال رسائل قصيرة، وإدراج تعليق في الفيس بوك، أو إنشاء صفحة خاصة، أو ث شريط فيدو شخصي، وإجراء مكالمة هاتفية، وتدوين الملاحظات والأفكار، وقراءة الصحف، وتحميل شرائط الفيديو أوالموسيقى والاستماع إلى الإذاعة. إن الحدود الفاصلة بين هذه الأنشطة ليست واضحة دائما، خاصة إذا علمنا أن بعض المواقع والمنصات الإلكترونية تتيح أكثر من نشاط. ويمكن إنجاز هذه الأنشطة ليس بشكل متقاطع أو متباعد، بل بشكل مواز.

يختلف استخدام الذكور للانترنت عن الإناث. فالذكور أكثر استخدما للبريد الإلكتروني، والدردشة، واليوتيب، والفيس بوك، وقراءة الصحف، والتسوق، والبحث عن المعلومات. بينما الإناث أكثر استخداما المنتديات الإلكترونية، والتدوين، وتويتر، والرسائل النصية القصيرة.

تبرر الإناث تفضيلهن للمنتديات عن مواقع الدردشة، بالقول أن المنتديات تمنح للفتاة خصوصية أكبر، فمن يرغب في التحدث إليها يقوم بالرد على مواضيعها أو يرسل لها رسالة خاصة، فليس بإمكانية الكل التحدث إليها مباشرة وإزعاجها، خلافا لما هو معمول به في مواقع الدردشة، مما يجعلها تختار إما التحدث مع من يزعجها أو الإنسحاب من الموقع. كما أن المنتديات تطرح مواضيع متنوعة تتماشى وانشغالاتهن، مثل الطبخ والزينة والفن والمودة. وهذا عكس الشات الذي يعتبر وسيلة تعارف لا أكثر. فإحدى غايات الدردشة هي التعارف وإقامة علاقات افتراضية على وجه التحديد، والتي ينتهي بعضها فقط إلى إقامة علاقات فعلية في الواقع العيني، وهذا ما عبر عنه الشباب الذي يشارك في مواقع الدردشة.[11] بينما مركز ثقل المنتديات ليس التعارف، بل طرح الأفكار وتقديم المعلومات واقتسامها.

إن المشاركة في الدردشة مع الأخر (أي ليس مع أفراد الأسرة والمعارف كما هو الأمر في الميسنجر) يتطلب من بعض المشاركين انتحال شخصيات، وليس أسماء فقط، واستبطان معايير وقيم، وطريقة تفكير وسلوك بغرض القبول في مجموعة ما والاندماج معها. فيضطر المشارك إلى إدارة علاقاته الاجتماعية عبر الشبكة بهوية الشخصية المنتحلة.[12]

إن الدردشة في فضاءات ثقافية غربية تلفت نظر الدارسين إلى ضرورة التمييز بين الأنا الجمعي (The me collective) الذي يفرض معاييره وأسس التفاهم والتقدير الاجتماعي والاهتمام، والأنا الحميمي (The intimate me) الذي يستغل فيه المتصلون هويتهم المجهولة لفرض معايير أخرى للاتصال والتفاعل. إن هذا التمييز وسط الشباب في دولة الإمارات الذي يستخدم الدردشة ليس واضحا، فمن المفروض أن الفرد الذي يتستر على هويته الحقيقية، ويستعير اسم ولقب ومهنة أو وضع اجتماعي يسعى للتأكيد ضمنيا بأنه يريد أن ينفلت من ضوابط الأنا الجمعي بفرض معايير الأنا الحميمي. لكن البعض يتملص من هويته الحقيقية استجابة لمعايير الاتصال التي يفرضها الآنا الجمعي. بمعنى أن الحياة الاجتماعية في دولة الإمارات فرضت جملة من المعايير التي دفعت الشباب إلى تعزيز نوع من الانطواء الوطني أو الإقليمي. حيث نلاحظ أن أبناء جنسية عربية معينة في دولة الإمارات تشكل جماعة متفاعلة فيما بينها، وعلاقاتها مع الجاليات الأخرى محدودة وتخضع لغايات وظيفية محددة ومحسوبة: تبادل المعلومات حول

11 – نصر الدين لعياضي: مرجع سابق

12 – يحدثنا أحد المشاركين في مواقع الشات عن تجاربه قائلا أنه يضطر إلى انتحال شخصية غير شخصيته الحقيقية، أي اليمينية. فيغير إسمه، ووظيفته، وجنسيته، خاصة إذا وجد فتيات مشاركات. فيدعي أنه إماراتي ويتحدث باللهجة الإماراتية حتى يقبل في المجموعة.

الامتحانات في المدارس والجامعات، وتبادل المحاضرات. فمواقع الشات والمنتديات التي من المفروض أنها تتسم بهامش من الحرية لتتجاوز المعايير الاجتماعية القائمة أصبحت تعززها! أي تعزز الشعور الوطني أو القومي من خلال إدارته. فالأنا الحميمي لا يوجد إلا لتلبية متطلبات الأنا الجمعي. وهنا يطرح السؤال حول كيفية إدارة الآنا الحميمي في الحياة اليومية الواقعية والأنا الافتراضي، الذي قد لا يعمر طويلا وينكشف أو يعبر عن حقيقته.

تتكشف مقارنة نتائج هذه الدراسة بما سبقها من دراسات عن تراجع الشباب في دولة الإمارات عن المشاركة في مواقع الدردشة نظرا لتوفر أشكال جديدة من التعريف بالذات، والتعرف إلى الأخر، مثل: Face book، وMy space، وغيرها.

إن المشاركة في الدرشة تدعمت في حياة بعض الشباب الاجتماعية، ولم يعد ينظر إليها على أساس أنها نشاط محظور أو منبوذ في المجتمع، حسبما يؤكد ذلك المبوحثون. هذا وإن كان البعض يعتقد أن مواقع الدردشة تعد إلى حد ما فضاء المراهقين للترفيه، يتسم بمستواه الثقافي الضعيف.[13] وهذا لا يعني أبدا خلو منتديات الدردشة من مؤشرات اجتماعية وثقافية وإعلامية، فإحدى المدونات التي تشتغل في قطاع الإعلام، تؤكد لجوئها إلى مواقع الشات، بين الحين والأخر، لمعرفة اهتمامات الشباب، والاستعلام عن بعض الأحداث في حالة شح الأخبار التي تقدمها الإعلام الكلاسيكية العربية الرسمية.[14]

2. الشباب في دولة الإمارات والتدوّين: الأنا الذاتي والأنا الجمعي:

تملك نسبة كبيرة من الشباب في دولة الإمارات فكرة عما هو التدوين (أكثر من ثلاثة أرباع). فامتلاك خلفية عن المدونات أصبحت من مكونات الثقافة الإلكترونية الشبانية. لكن حوالي ثلث الشباب فقط انخرط في عالم التدوين، وذلك من خلال إدراج تعليقه على ما تنشره المدونات. واطلع أكثر على المدونات التي تتحدث عن أمور اجتماعية وشخصية، تليها المدونات التي تتطرق للشأن السياسي. وأخيرا المدونات المهتمة بالتكنولوجيا.

بلغت نسبة الشباب الذي يملك مدونات إلكترونية 19 % فقط، ونصف المدونات التي أنشأها الشباب يعود تاريخ إنشائها إلى ما بين سنة وسنتين.

إن غاية أكثر من ثمانية من عشر من الذين انشأوا مدونات تكمن في التعبير

13 – مقابلة مع المدونة وفاء بنت خلفان، اجرى الباحث معها يوم 3 مايو 2009 على الساعة الرابعة مساء، بكلية البنات، جامعة الشارقة.

14 – تؤكد المدونة وفاء بنت خلفان أنها لجأت إلى مواقع الشات المصرية. لمعرفة المزيد عن الحريق الذي شب في السكنات العشوائية في القاهرة، لأن وكالات الأنباء لم تقدم الكثير من المعلومات حول ما جرى – المصدر ذاته.

عن الأفكار الشخصية. وهنا يجب التوضيح أن هذا التعبير لا يختصر في الهاجس السياسي، بل يرتبط، بدرجة أكبر بهاجس ثقافي وأدبي وفني والتعبير عنه– كما سنحلل ذلك لاحقا– ثم تأتي الرغبة في التعريف بالنفس، أو تقديم الأنا للأخر. أو الالتقاء مع النظراء لتقاسم الهوايات ذاتها.

إن الإناث أكثر إطلاعا عن المدونات من الذكور (79 % مقابل 57 %)، وأكثر متابعة للمدونات التي تتحدث عن أمور شخصية، واجتماعية وحتى سياسية. كما أن نسبة الإناث اللواتي أنشأن المدونات أكبر من الذكور، حوالي 21 % مقابل 17 % من الذكور. هذا على الرغم من أن نصف مدونات الإناث حديثة العهد (أقل من سنة) ونصفها الأخر يزيد تاريخ إنشائه عن السنتين. بينما يعود تاريخ إنشاء نصف مدونات الذكور إلى ما بين سنة وسنتين. وربعها يزيد عن السنتين. وأكثر من 9 مدونات من بين عشرة التي أنشأتها الإناث يهدفن إلى التعبير عن أفكارهن، ثم تأتي الرغبة في التعريف بأنفسهن، ومشاطرة الأخرين هواية محددة، مثل كتابة الشعر، أو القصة القصيرة، أو الرسم أو السعي إلى إثراء التجربة الانترناتية على المستوى التقني، والتحكم، أكثر، في عناصر الوسائط المتعددة، والكتابة وفق منطق النص المتشعب.

تعتقد المبحوثات أن جنوحهن أكثر إلى التدوين مقارنة بالذكور يمكن تفسيره بالعديد من العوامل، لعل أبرزها المكانة التي تتمتع بها المرأة في المجتمع والتي تدفعها للجم رغبتها في التعبير عن أفكارها وانشغالاتها في الفضاء العمومي العيني نتيجة ثقل التقاليد الاجتماعية و في ظل قلة المنابر العمومية التي تجسد هذه الرغبة. هذا بالإضافة إلى ميلهن لاختيار الكتابة كأسلوب مفضل للتعبير والاتصال.

وهذا ما يجسد تمثل أحدى المدونات للتدوين، حيث تشبه المدونة ببيتها، تملأه بما تشاء. فيمكن أن تخصصه (أي تجعله خاصا جدا). ويمكن أن تعممه (تجعله عاما)، و تشرع أبوابه للعابرين، أو أن تنأى به، وتحوله إلى غرفة خلفية.[15]

حقيقة أن الغاية الأساسية من التدوين لدى الجنسين لا تختصر في "التنفيس" عن الذات، والتعبير عنها، بل تروم، أيضا، دفع أصوات المدونين وأفكارهم لتكون مسموعة، كما يوحي به العنوان التالي: "I'm talking, listen to me"، الذي أختاره أحد المدونيين لمدونته.[16] وتسعى إلى فرض الاعتراف بوجود الشباب،

15 – حوار اجراه الباحث مع المدونة هديل الحضيف، نشر بتاريخ 26 مارس 2007، ومسترجع بتاريخ 12/1/2009 من الموقع: http:// www.mshjiouij.com/blog/archives/119

16 – أنظر مدونة الأنصاري، على العنوان التالي: http://ltmit.com

وتقدير قيمتهم وأفكارهم. أي أن التدوّين يعبر، بشكل واعي أو غير واعي، عن الرغبة في تشكيل عالم جديد يخضع لقواعد وضوابط اجتماعية وثقافية جديدة. لكن الفرق يكمن في أن عدد المدونات اللواتي ينتحلن اسما مستعارا أكبر من عدد المدونين. والسبب في ذلك يكمن، حسب المدونين، في جملة من الاعتبارات المختلفة، تأتي في مقدمتها الأعراف والتقاليد التي ترزح الإناث تحت ثقلها أكثر من الذكور. والخوف من عواقب جرأة الطرح في المدونات التي لا تتماشى مع الفكر السائد، والخوف من ولوج الفضاء العمومي بهوية مكشوفة تتعرى أمام السلطة وفق مفهومها الفوكوي (نسبة إلى ميشال فوكو). نؤكد على هذا المفهوم علما بأن بعض المدونات يعتقدن أن حضور الأنثى في التدوين السياسي قليل أو منعدم.[17] كما أن عدم الثقة فيما تكتبه في المدونة من شعر، وقصة، وعدم التأكد من مستواه يفرض على الفتيات، أكثر من البنيين، التستر على هويتهن الحقيقية. ويظل الاسم المستعار ملتصقا بالمُدوَّنة، ويصبح جزءا من هويتها الفعلية، وتصبح المُدَوِّنة مضطرة لإدارة الهويتين: الهوية الحقيقية، والهوية الافتراضية التي تحجب، بهذا القدر أو ذاك، الهوية الفعلية.

يبدو أن المدونات، باعتبارها واسطة بين ما هو عام وخاص، تشكل ملتقى تدار فيه الإكراهات الموضوعية، التي يحكمها منطق المؤسسات الاجتماعية المختلفة، والمتطلبات الذاتية التي تدفع للإلتفاف على هذه الإكراهات. الملتقى الذي تؤدي إدارته إلى استحداث سلوكيات وذهنيات تندغم في الحياة الاجتماعية.

تبيّن الدراسة أن عدد أبناء الجالية العربية الذين يملكون خلفية عن المدونات أكثر من عدد بقية الشباب. حيث بلغ عددهم 96 %، مقابل 89 % من الشباب الخليجي، و 58 % من الشباب الإماراتي. لكن امتلاك خلفية لا يعني بالضرورة الإطلاع على المدونات والتفاعل معها. فعدد الشباب الخليجي الذي ساهم بتعليقاته على المدونات الإلكترونية يزيد عن عدد شباب الجنسيات الأخرى، حيث بلغت نسبته 47 % مقابل 30 % من الشباب العربي، و 29 % من الشباب الإماراتي.

إن نسبة الشباب الإماراتي الذي يطلع على المدونات التي تعالج القضايا الاجتماعية تبلغ 64 % من مجمل المهتمين بالمدونات، تليها المدونات ذات الطابع الشخصي بنسبة 57 %، ثم المدونات المهتمة بالتكنولوجيا بنسبة 31 %. وأخيرا المدونات السياسية بنسبة 29 %.وتحظى المدونات الشخصية بأعلى نسبة من الاهتمام في أوساط الشباب الخليجي، حيث بلغت نسبة المطلعين عليها 59

17 – حوار مع المدونة هديل الحضيف، مصدر سابق.

%، تليها المدونات الاجتماعية بنسبة 41 %، ثم السياسية بنسبة 35 %. وأخيرا المدونات المهتمة بالتكنولوجيا، بنسبة 6 %. وتتساوى نسبة الشباب العربي الذي يتابع المدونات الاجتماعية والشخصية بنسبة 36 %، تليها المدونات السياسية بنسبة 32 %، وأخيرا المدونات المهتمة بالتكنولوجيا بنسبة تقدر بحوالي 6 %.

من الصعب القول أن اهتمام الشباب بالمدونات نابع من هاجس سياسي، رغم أن نسبة الشباب الذي يطلع على المدونات السياسية تبلغ 25 %. فالشباب يهتم بالمواضيع الاجتماعية والشخصية بدرجة أكبر. لكن ما يلفت النظر، أكثر، أن كل الشباب المدوّن في الإمارات لا يسعى إلى نشر أموره الذاتية والحميمية في المدونات. وهنا يطرح الإشكال المرتبط بتمثّل الشباب لما يسمى الخصوصية في وسائط إعلامية مرتبطة بالعلن، والعمومية. حقيقة أن مفهوم الخصوصية في الثقافة العربية قد تطور، بهذا القدر أو ذاك، بتطور الحياة الاجتماعية. لكن في خضم هذا التطور نجد نوعا من المفارقة والذي يمكن تلخيصها بتزايد عدد الانترناتين الذين يرغبون في الإطلاع على المدونات الشخصية، لكن من أنشأ منهم مدونة لا يريد أن يطرح مشاكله الشخصية أو يعري أموره الحميمية أمام الملأ.

رغم أن نسبة الشباب الإماراتي الذي يملك خلفية عن المدونات أقل من الشباب الخليجي والعربي، إلا أن نسبة إنشائه للمدونات هي الأكبر، حيث بلغت 31 %، تليها نسبة الشباب الخليجي، التي تقدر بحوالي 24 %، ثم نسبة الشباب العربي التي بلغت 23 %. ويتراوح تاريخ أكبر عدد من المدونات التي أنشأها الشباب الإماراتي ما بين سنة وسنتين، بينما يتساوى عدد المدونات التي أنشأها الخليجي منذ أقل من سنة، وما بين سنة وسنتين. بينما نسبة أكبر من المدونات التي أنشأها الشباب العربي تعد الأقدم، إذ يزيد عمرها عن سنتين.

إن التعبير عن الأفكار والآراء هي الغاية الأساسية التي دفعت مجمل الشباب في دولة الإمارات العربية إلى إنشاء المدونات وإن كانت بنسب متفاوتة.

إذا أردنا أن ترتب الغايات من إنشاء المدونات حسب تناقص أهميتها، فيمكن القول أن الشباب الإماراتي يسعى عبر مدوناته إلى التعبير عن أفكاره أولا، ثم التعريف بذاته، واشراك المدونين هوايته، واكتساب خبرة تقنية. أما بالنسبة للشباب الخليجي، فان الغاية من من إنشائه مدونته هو التعبير عن رأيه أولا، ثم تأتي بقية الغايات على قدم المساواة: التعريف بالذات، مشاطرة الهوايات، واكتساب خبرة تقنية. أما الشباب العربي فإنه يكتفي بغاية واحدة: التعبير عن أفكاره وآرائه.

إن الشباب الأصغر سنا هو الأكثر معرفة بالمدونات، وهو الأكثر نشاطا في الفضاء التدويني، إذ يهتم، أكثر، بالمدونات الشخصية والمدونات الاجتماعية والسياسية مقارنة بالشباب الأكثر سنا. ربما هذه الحقيقة تعكس فضول الشباب الأصغر سنا، وشغفه بالمعرفة والإطلاع. على كل حال إن هذا النشاط التدويني يتناقص بتقدم السن.

يوجد بون بين عدد الذين يملكون خلفية عن المدونات ويتابعونها، وعدد الذين أنشأوها. فالأصغر سنا من الشباب هم الأكثر إطلاعا على المدونات، لكنهم ليسوا هم الذين ينشئون أكبر عدد من المدونات، بل الفئة التي تكبرهم سنا. بمعنى أن نسبة الشباب الذي أنشأ مدونة من الشريحة التي يتراوح سنها ما بين 15 - 20 سنة تقدر ب27 %، مقارنة بـ 31 % من الشريحة العمرية التي تتراوح ما بين 21 - 24 سنة، و7 % من الشريحة التي يزيد عمرها عن 25 سنة.

غني عن القول أن مدونات الشباب الأصغر سنا هي الأحدث.÷وأن الغاية من إنشائها تكمن في التعبير عن أفكارهم بدرجة أساسية، ثم التعريف بذاتهم. أما غاية من هم أكبر سنا منهم، أي الذين يتراوح عمرهم ما بين 21 - 24 سنة، فإنها تشمل التعبير عن أفكارهم، والتعريف بذاتهم، ومشاطرة الغير هوايتهم، واكتساب مهارات.

هل أن المدونات هي ضرب من الكوجيتو الحديث «أنا أعبر إذا أنا موجود» ؟[18] يمكن القول أن لهفة القول والتعبير لدى الشباب، جعلت الكثير من التعليقات في المدونات العربية لا علاقة لها بمضمون الإدراجات. لقد قدر أحد الباحثين نسبة تعليقات الشباب ذات العلاقة بمضمون الإدراجات في المدونات العربية بـ 7 % فقط![19]

إن الفضاء التدويني لا يملك بعدا فيزيائيا فقط، بل إنه شبكة اجتماعية: مجموعات افتراضية. وإن كانت على الصعيد النظري غير محدودة، فإنها في الواقع العملي محدودة بالنسبة للشباب في دولة الإمارات خاصة بالنسبة لمدونات الهوايات، مثل كتابة الخواطر، والقصة القصيرة، والشعر. فهذه المدونات هي امتداد للأصدقاء، وأصدقاء الأصدقاء بدرجة أساسية. في هذا السياق تقول المدونة الشاعر وفاء أنها تلتقي بالكثير ممن يعلقون على إدراجتها في مدونتها، لأنهم صديقاتها

18 – Anne-Claire Orban : Je blogue, tu blogues, nous bloguons, retrived June 6, 2007, from www.clemi.org/mediasscolaires/outils/article_blog_ACO.rtf

19 – أنظر على سبيل المثال: مصطفى سالم: نشر بلا حدود لكن بخوف، دراسة مسحية للمدونات والتدوين، الرابطة العربية للثقافة، دبي. مسترجع بتاريخ 1 مايو 2009 من الموقع:
http://arabicos.blogspot.com/2009/02/blog-post_9043.htm

وصديقات صديقاتها. وتعبر عن استعدادها للالتقاء بمن يعلقون على ما تكتبه في مدونتها بشرط أن يكونوا مهنيين أو تعرفهم من قبل![20]

إن التفكير في التدوين في دولة الإمارات، وحتى في المنطقة العربية، يحيلنا إلى المفارقة التي يمكن أن نلخصها في الإصرار على ولوج الفضاء العمومي مع الاحتفاظ على الخصوصية، بما فيها مسمى المدونة! لقد طلب الباحث، في إطار المقابلات التي أجراها مع المدونين، من إحدى المدونات تزويده بعنوان بعض المدونات التي تواظب على الإطلاع عليها، فرفضت قائلة أنها لا تستطيع ذلك دون أن تستأذن صديقاتها. فمدوناتهن، حسب رأيها، خاصة![21]

إذا كانت الممارسات التي أوجدتها الشبكات الاجتماعية الإلكترونية قد أفرزت مفهوم «الخصوصية العامة والعمومية الخاصة»[22]، فهذا المفهوم يكتنفه الغموض في السياق العربي. لعل بعض المجتمعات الغربية قد توصلت عبر تاريخها الطويل إلى تحديد بعض الفواصل بين العام والخاص بينما لم يتحدد هذا الفصل في المجتمعات العربية في ظل تغيب الفرد كقوة مرجعية في الحياة الاجتماعية.

ففي هذا الصدد يمكن الإشارة إلى أن صاحبة مدونة eternal_fista التي رغم أنها تنتحل اسما مستعرا إلا أنها تعترف بأن لا أحد يدري عن مدونتها سوى صديقاتها اللاتي أعطيتهن عنوانها، لأنها لا تحب أن تعرض أحداث حياتها على أناس لا تعرفهم![23]

ألا تحث مثل هذه الاعترافات على التفكير في كيفية ولوج الفضاء العمومي دون الكشف عن بعض الخصوصية التي يشترطها هذا الفضاء. ثم ألا تفضي هذه المفارقة إلى السقوط فيما يُعتقد أن الشبكات الاجتماعية الإلكترونية تعمل على محاربته: عدم الرضا على العيش في وضع نكرة بدون صوت؟

ربما تجسد هذه الاعترافات ضمنيا تمثّل المدونين للتدوين في ظل اختلاط هوية المدون المستعارة بالهوية الحقيقية. فما هو أساسي لدى الشباب المدون هو امتلاك حق القول إن لم تكن سلطته حتى وإن كان على حساب مسح هوية القائل الفعلية.

20 – مقابلة مع المدونة وفاء بنت خلفان، اجرى الباحث معها يوم 3 مايو 2009 على الساعة الرابعة مساء، بكلية البنات، جامعة الشارقة.

21 – مقابلة مع صاحبة مدونة Eternal_fista أجراها الباحث مع المدونة عبر البريد الإلكتروني بتاريخ 26 أبريل 2009

22 – Lange, P. G: Publicly private and privately public: Social networking on YouTube. Journal of Computer-Mediated Communication, 13- 2007, Retrieved January 18, 2009, from : http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/lange.html

23 – المصدر ذاته.

إن الأمر المهم في بعض مدونات الشباب في دولة الإمارات لا يكمن في مضمون ما يتم تداوله في الفضاء التدويني، بل عملية الاتصال ذاتها التي تُبنى في هذا الفضاء بكل ما تحمله من رهانات. لعل الرهان الأكبر يتجسد في تعزيز مفهوم» الانغلاق المعلوماتي[24]» ليس في بعده الفيزيائي، بل الاجتماعي ولإدراكي.

3. الشباب في دولة الإمارات والشبكات الاجتماعية:

تويتر، اليوتوب، الفيس بوك

1.3. تويتر:

بين هذه الدراسة أن شبكة تويتر، الذي عرب واجهته منذ أكتوبر2009، مازال مجهولا من طرف الشباب في دولة الإمارات، فأقل من شابين من عشرة فقط يملك خلفية عن هذه الشبكة، وأقل من واحد منهم يشترك فيها (8.70 % فقط).

يمكن ترتيب أسباب الاشتراك في شبكة تويتر، رغم قلتها وفق ما يلي: اكتساب معارف تقنية، تقليد ما يقوم به الآخرون من أصدقاء ومعارف، وتبادل الأخبار، وحب الفضول، ومقاومة العزلة.

÷رغم وجود منصات للتدوين المصغر العربي مثل (وات وات. كوم) (http:// watwet.com) إلا أن عدد المشتركين في هذه الشبكة لم يرتفع كثيرا. فهل يمكن تفسير هذا الواقع بالعامل ذاته الذي قلل الإقبال على المدونات الإلكترونية، باعتبار أن التويتر هو نمط من التدوين المصغر microblog، علما أن ممارسة التدوّين في دولة الإمارات متواضعة مقارنة ببقية الشبكات الاجتماعية الإلكترونية؟ وهل يعود لحداثة عهده؟ وهل يمكن تفسيره بعد الانسجام مع الذهنية الاتصالية السائدة في المنطقة العربية والخليجية تحديدا، فتويتر يقوم على الإجابة على السؤال التالي: ماذا تفعل الآن؟ بـ 140 كلمة. بينما الهاجس الاتصالي في منطقة الخليج لا يتمحور حول هذا السؤال، بل يقوم على سؤال مغاير، وهو: ماذا تحكي لنا، أو هل سمعت الجديد، سواء كان خبرا أو نكتة؟ و140 كلمة لا تكفي للإجابة على هذا السؤال. ويبدو أن الهاتف المحمول هو الأكثر ملاءمة لهذه الذهنية الاتصالية الشفاهية. علما أن عدد مستخدمي الهاتف المحمول في دولة الإمارات بلغ أكثر من 7.5 مليون شخص بنسبة انتشار تصل إلى 192 %،[25] وأن سعر المكالمات الهاتفية الداخلية ليس مرتفعا، خاصة بعد أن دخلت الإمارات للاتصالات المتكاملة في 2006 كمنافس وحيد لشركة اتصالات التي ظلت المحتكر

24 – أول من استخدم هذا المفهوم هو الكاتب Varela Francisco في كتابه المعنون: Autonomie et connaissance ، الصادر في 1980، ثم وظفه الفيلسوف Bougnoux Daniel. في كتابه المعنون: La communication contre l'information. الصادر في 1995

25 – المبادرة العربية للانترنت حر، المصدر ذاته.

الوحيد لقطاع الاتصالات، منذ 1971. فتويتر، بشهادة أحد مؤسسيه، ليس شبكة اجتماعية، بل شبكة اتصال تنسج علاقات اجتماعية.[26] كما أن مستخدمي ÷شبكة تويتر، في بعض الدول الغربية، يتسمون بعدم المواظبة على الشبكة خلافا لبقية الشبكات الاجتماعية، كما تؤكد ذلك بعض البحوث الانثروبولوجية التي درست سلوك التويتريين.[27]

إن مصدر التفاؤل بمستقبل شبكة تويتر حسب جاك دورسي Jack Dorsey، أحد الشركاء في اختراعها، يكمن في تطور خصوصيتها، حيث لم تعد مقتصرة على متابعة الأشخاص فقط، بل أصبحت تتابع مواضيع خاصة، وأماكن، وكلمات مفتاحية[28]. وهذا ما أثبته التغيير الذي حصل لصفحة تويتر الأساسية، التي بدأت تعلن في واجهتها عن المواضيع الساخنة أو الشعبية Popular Topics by the minute, day, and week.

تبدو بعض الدراسات متفائلة بمستقبل شبكة توتير في الإمارات. فرغم تواضع عدد ÷المشتركين فيها، إلا أنهم يشكلون أعلى نسبة من مشتركي التويتر في الدول العربية (41 %)،[29] وذلك لتوجه الشركات التجارية، ومؤسسات الخدمات في الإمارات إلى استخدام تويتر في تفاعلها مع جمهورها.

وربما تتغير الذهنية الاتصالية التي ذكرناها أعلاه في ظل استشراء الثقافة الإلكترونية التي يشكل الشباب محركها الأساسي. ففي هذا الإطار، يمكن الإشارة إلى ما كتبه أحد المدونين باللغة العامية، الذي اكتشف مؤخرا أهمية شبكة تويتر: (على عكس التدوين اللي بديت أحسه ثقيل شوي ، وصعب متابعته ، تويتر عكسه بإمكانك ان تتابع الآلاف من حواليك بدقايق ، وكذلك ممكن أي شي تكتبه الكثير يتابعه ويقراه ويعلقون عليه، غير انك تحصل الرد بأسرع وقت ممكن) ![30]

26 – Biz Stone : Testons les usages commerciaux de Twitter, Propos recueillis par Laurence Girard, Le monde, 24 juin 2009

27 – هذا ما أكدته عالمة الاجتماع والانثروبولوجيا Liz Pullen التي تابعت 500 مشتركا في شبكة تويتر، وكذا الأشخاص المقترحين المسجلين في قوائمهم، ورصدت ردود فعلهم. أنظر:
Une approche sociologique de Twitter retrieved february 21, 2010, from http://fr.readwriteweb.com/2009/09/10/analyse/une-approche-sociologique-de-twitter/

28 –Alexandre Hervaud :Les utilisateurs de Twitter ont du mal à suivre, retrived June 17, 2009, from http://www.ecrans.fr/Les-utilisateurs-de-Twitter-ont-du,7270.html

29 – نادي دبي للصحافة وشركة برايس ووتر هاوس، نظرة على الإعلام العربي، تحفيز المحتوى المحلي، منشورات 2010، الإمارات العربية المتحدة، ص 70

30 – حافظت على ما صرح به الأنصاري صاحب مدونة http://ltmit.com في مقابلة أجراه معه الباحث عبر البريد إلكتروني يوم 10 أبريل 2009

يلاحظ أن الإناث أكثر إطلاعا على شبكة تويتر ومعرفة بها، مقارنة بالذكور، وأكثر اشتراكا فيها. إن نسبة الإناث اللواتي تسعين، من خلال اشتراكهن في هذه الشبكة، إلى اكتساب مهارات تقنية، وتقليد الآخرين، وتبادل الأخبار أقل من نسبة الذكور. بينما نسبة اللواتي يشتركن في تويتر من باب الفضول أو مقاومة العزلة هن أكثر من الذكور.

هل يمكن تفسير هذا الأمر بأن تويتر لا يستخدم الصور أم لأن الإناث لا تملكن الحرية التامة في الحركة في المجتمع الإماراتي، ولا يمكنهن لقاء صديقاتهن متى يرغبن وأين يرغبن؟ أم الاثنين معا؟

تكشف الدراسة أن أكبر نسبة من غير المطلعين على التويتر هم من الشباب الإماراتي، والأقل اشتراكا فيه مقارنة بالشباب الخليجي والعربي. بينما توجد أكبر نسبة من مشتركي تويتر من الشباب الخليجي. وأكبر نسبة من مشتركي التويتر من الشباب العربي يسعون إلى اكتساب مهارات تقنية. بينما أكبر نسبة من الشباب الإماراتي يشتركون في التويتر من باب تقليد الآخرين، وكذلك الأمر بالنسبة للشباب الخليجي، وإن كان اشتراك هذا الأخير في شبكة تويتر يندرج ضمن مقاومة العزلة التي تتساوى مع تقليد الآخرين. وتأتي الرغبة في تبادل الأخبار في المرتبة الثالثة ضمن الأسباب التي أدت إلى الاشتراك في التويتر لدى كل الشباب.

تبّين الدراسة أنه كلما ارتفع سن الشباب أزداد إطلاعهم على شبكة تويتر، ومعرفة بها. لذا فإن أكبر نسبة من الشباب الأكثر إطلاعا على تويتر تنتمي إلى الشريحة التي يتراوح سنها ما بين 25 و30 سنة، تليها الشريحة الأصغر، أي التي يتراوح سنها ما بين 21 و24 سنة، وأخيرا تلك التي يتراوح سنها ما بين 15 - 21 سنة.

يقتصر هدف جل الشباب الأقل سنا من اشتراكه في تويتر على تقليد الآخرين، بينما من هم أكبر منهم سنا، أي الشريحة التي يراوح عمرها ما بين 21 و24 سنة فإنهم يسعون من اشتراكهم في التويتر إلى اكتساب مهارات تقنية بدرجة أولى، ثم تبادل الأخبار، ثم التقليد، وأخيرا مقاومة العزلة.

2.3. اليوتوب:

يملك جل الشباب المبحوثين خلفية عن اليوتيب وأطلعوا عليه (أكثر من 9 من عشرة)، و أكثر من ثلاثة منهم فقط يشتركون فيه. إن الغاية من استخدام اليوتيب هو الإطلاع على الأحداث أكثر من إدراج محتويات جديدة في هذه

الشبكة الاجتماعية. لقد كشفت الدراسة أن أكثر من سبعة شباب من أصل عشرة يملكون فكرة عن شبكة اليوتيب، واستخدموها للإطلاع على الأحداث الجديدة، مقابل ثلاثة أدرجوا مواد مرئية فيها.

تشير هذه الحقيقة إلى أن وسائل الإعلام الكلاسيكية لم تعد محتكرة للأحداث. فالشبكات الاجتماعية، ومنها اليوتيب أصبحت تزاحمها لأنها تتيح لأي مشترك إدراج مادة سمعية بصرية في الشبكة وتبادلها مع المشتركين، وكذا تحمّيل الأحداث المصورة، خاصة تلك التي لا تلفت نظر وسائل الإعلام الكلاسيكية أو لا تسمح ببثها وتوزيعها أو إعادة بثها عبر قنوات اتصال، والشبكات الاجتماعية المختلفة. هذا ما أجبر العديد من وسائل الإعلام الكلاسيكية على بث برامجها وأخبارها أو مقاطع منها على شبكة اليوتيب. وأن هذه الأخيرة بدأت تقترب أكثر من القناة التلفزيونية في بثها للأحداث.

تؤكد بعض الدراسات في بعض الدول الغربية البروز الاستعراضي للوب 2، كمصدر إخباري ينافس وسائل الإعلام الغربية الكلاسيكية،[31] أما في الدول العربية، فإن الاعتماد على الشبكات الاجتماعية كمصدر إخباري يكشف، أكثر، عن اتساع هامش الشك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الكلاسيكية عما كان عليه.

تؤكد نسبة 49 % من الشباب في دولة الإمارات، الذين سبق لهم الإطلاع على شبكة اليوتيب، أنهم اكتشفوا المغنين والشعراء عبر الموقع ذاته. وأن 38 % منهم قاموا بتحمّيل شرائط الفيديو ولو مرة واحدة، وأن 30 % منهم أدرجوا شرائط فيديو فيها.

يكمن الرهان على هذه الشبكة الاجتماعية في تداول المحتويات التي ينتجها الانترناتويون ذاتهم. لكن الشباب في دولة الإمارات يستهلكون ما ينتجه غيرهم من الانترناتيين، أكثر مما ينتجون من شرائط فيديو ويدرجونها في شبكة اليوتيب. لكن سواء كانوا منتجين أو مستهلكين للمادة السمعية البصرية التي تسري في هذه الشبكة فإنها تسمح لهم بالإفصاح عن حقيقتهم وعواطفهم.[32] والتعبير عن ذاتهم هذا ما يتجلى، أكثر، فيما يتداولونه من شرائط عن الأحداث المهمة، مثل مباريات كرة القدم، التي تأخذ فيها الهوية أو الذات الجماعية صورة استعراضية. والحفلات التي يحيّها فنانون، أو الأمسيات شعرية التي ينشطها شعراء مغمورون.

31 – Alain Joannes: Phénomènes émergents dans la consommation de l'information, retrived, febriary 12, 2010 from Http://www.journalistiques.fr/post/2009/01/23/Phenomenes-emergents-dans-la-consommation-de-l-information

32 – Bertrand Le Gendre : YouTube, le tam-tam planétaire, Le monde le 20 novembre 2007

إن الاختلاف بين شبكة اليوتيب ووسيلة إعلامية كلاسيكية، مثل التلفزيون، لا يقف عند حد مساهمة المشتركين في إنتاج شرائط الفيديو، بل في سعيه إلى تشكيل جمهوره الذي يساهم في بناء جماعات افتراضية مختلفة ومتجددة.

رغم أن الإناث أكثر معرفة وإطلاعا على شبكة اليوتيب إلا أن الذكور أكثر اشتراكا فيها (51 %) مقابل (29 %). إن كثرة عدد الإناث اللواتي يملكن خلفية عن اليوتيب تقابله قلة استخدامهن لهذه الشبكة الاجتماعية في الإطلاع على الأحداث، و اكتشاف المغنيين، والشعراء، و تحمّيل شرائط الفيديو، وإنتاج المواد المرئية وإدراجها. إن السبب في ذلك يعود، في تقدير بعض المبحوثات، إلى حذر البنات من استخدام صورهن.[33]كما سنلاحظ ذلك في استخدامهن للفيس بوك، لكن هذا الحذر لا يعني مطلقا بأنهن لا يستخدمن هذه الشبكة، بل تشير إلى ضرورة التفكير في كيفية إدراج الشبكات الاجتماعية ضمن تمثلهن للتقاليد والعادات، التي ترى بعض المدونات مبالغة فيها.[34]

- رغم أن الشباب الإماراتي يشكل أكبر نسبة ذات معرفة بشبكة اليوتيب 97 %، مقارنة بنسبة الشباب العربي (96 %)، والشباب الخليجي (95 %)،
- إلا أن الشباب العربي هو الأكثر اشتراكا فيها (61 %)، ثم الشباب الخليجي (47 %)، والشباب الإماراتي (29 %).

رغم وجود غايات مشتركة من الاشتراك في شبكة اليوتيب، إلا أنها تتفاوت في نسب التواتر بين جنسيات الشباب. فالشباب الإماراتي يستخدم هذه الشبكة للإطلاع على الأحداث بنسبة 62 %، واكتشاف الشعراء والكتاب والمطربين بنسبة 44 %، وتحميل شرائط الفيديو بنسبة 31 %، و إدراج شرائط الفيديو في الشبكة بنسبة 23 %. والشباب الخليجي يطلع على الأحداث عبر هذه الشبكة بنسبة 76 %، ثم يكتشف الأدباء والفنانين بنسبة 59 %، وتحمّيل شرائط الفيديو 47 %، وإدراج الفيديو بنسبة 42 %. أما تواتر غايات الشباب العربي من شبكة اليوتيب، فهي كالتالي: 77 % للإطلاع على الأحداث، و 59 % لاكتشاف الكتاب والفنانين، و47 % لتحمّيل شرائط الفيديو وتبادلها، و41 لإدراج شرائط الفيديو في الشبكة. نعتقد أن الشباب العربي وجد في هذه الشبكة وسيلة للاندماج في مجتمعاتهم الأصلية، أو بلد آبائهم، رغم بعدهم عنها. فهي تشكل الرابط الرمزي الذي يسمح لهم بتجديد انتمائهم للوسط الاجتماعي الذي يعيشون فيه من جهة، ولتشكيل هويتهم كأفراد ضمن مجموعتهم الوطنية. هذا ما

33 – مقابلة مع كاتيا بوفاسا، وحمدة ناصر القطان، يوم 8/2/2010 ، على الساعة التاسعة بكلية البنات، جامعة الشارقة

34 – مقابلة مع الشاعرة المدونة وفاء بنت خلفان، مصدر سابق.

يمكن تلمسه في مضمون شرائط الفيديو التي يتقاسمها الشباب في مناسبات محددة: مباريات كرة القدم، برامج تلفزيون الواقع الذي يحرك النخوة الوطنية، والتي يسعى من خلالها هؤلاء الشباب إلى الاعتزاز بذاتهم والحث على الاعتراف بهم.

تكشف الدراسة عن العلاقة بين متغير السن والإطلاع على شبكة اليوتيب والاشتراك فيها، وتؤكد أنها علاقة عكسية. فكلما كبر سن الشباب قل اهتمامهم بها. فكل الشباب الذي هم دون العشرين سنة يملكون خلفية عن اليوتيب. يليها الشباب من هم أكبر منهم سنا، أي دون 25 سنة وأكثر من 19 سنة، ثم يليهم من هم أكبر من 24 سنة.

هذه العلاقة العكسية تتجلى في مختلف الغايات من استخدام شبكة اليوتيب وفق الترتيب التالي: الإطلاع على الأحداث، اكتشاف مغنى أو شاعر أو لاعب، وتحمّيل شرائط الفيديو أو مقاطع منه، وإدراج شرائط في هذه الشبكة.

من الملفت للنظر أن الشباب الأقل سنا، الذين من المفروض أن يسخروا شبكة اليوتيب، أكثر، لاكتشاف نجوم الطرب والسينما و التمثيل والرياضة، قد أولوا أهمية كبرى لمتابعة الأحداث المختلفة عبرها. إن اهتمام هذه الشريحة من الشباب بالأحداث التي تجرى بمنأى عن المؤسسات الإعلامية يشكك في شرعية المؤسسات الإعلامية، التي اكتسبتها هذه المؤسسات سواء بفعل احتكارها للإعلام، أو لقوتها على بث الأخبار المصورة التي تجري بعيدا عن محيط الجمهور، أو التزامها بالحياد والاستقلالية اللذان تزعزع موقعهما في العصر الحالي. إن الممارسات الإعلامية التي يقوم بها الشباب عبر شبكة اليوتيب لا تكشف عن تغيير في المفهوم الكلاسيكي للجمهور، بل تبشر بتغيير في مكانة وسائل الإعلام الكلاسيكية، وفي اتجاه الشباب الأقل سنا إلى إنتاج واستهلاك ما يتناسب وأجندة اهتماماته وفق إيقاع حياته الاجتماعية ومزاجه.

3.3. الفيس بوك:

تحظى شبكة الفيس بوك، التي تحتفل باشتراك 400 مليون مشتركا في عيد ميلادها السادس[35] بأهمية كبرى في دولة الإمارات العربية المتحدة، وربما بدرجة أقل من بعض الدول العربية، مثل مصر (900 ألف مشترك). هذا مع العلم أن الإحصائيات التي يتم الإعلان عنها تحمل قدرا من التضليل لأنها لا تحسب عدد المشتركين في الشبكات الاجتماعية بالنسبة لعدد السكان. وتعاني من عدم الدقة لأنه يمكن لشخص واحد أن يسجل في هذه الشبكة بعدة أسماء مستعارة لأغراض مختلفة!

يؤكد هذا البحث ما ذهبت إليه بعض الدراسات أن الفيس بوك بنسختيه الإنجليزية والعربية (تم إصدار الطبعة العربية في مارس 2009) يأتي على رأس قائمة الشبكات الاجتماعية الأكثر زيارة في دولة الإمارات. ربما لا تشكل دولة الإمارات حالة استثنائية، لأن الفيس بوك فرض ذاته على الانترناتيين في العديد من الدول، والسبب في ذلك يعود إلى أن التطور المذهل في تطبيقاته. فمع صدوره بأربعين لغة متداولة في العالم، سمح الفيس بوك ببث الصور، على غرار موقع فليكر Flickr، وشرائط الفيديو، مثل اليوتيب (YouTube)، والبريد الإلكتروني مثل: Yahoo و Hotmail) وحتى الرسائل النصية الفورية، مثل المسنجر، هذا إضافة إلى تقاسم الوصلات الإلكترونية links مثل تويتر.

في محاولة تجديده الدائم للخروج من الصيغة التي تغلق المشتركين مع أفراد عائلتهم وأصدقائهم، لم يتردد البعض في اتهام الفيس بوك بأنه في طريق التحول ليصبح نوعا من شبكة تويتر،[36] في إشارة إلى انفتاحه على الواب واهتمامه بالميكرو تدوين، ومتابعة الأشخاص عبر شبكة الانترنت دون طلب إذنهم.

تزيد نسبة الشباب في دولة الإمارات المشترك في الفيس بوك عن نسبة المشتركين في اليوتيب: (47 %مقابل (38%). فالفيس بوك بالنسبة لهم يُعّد وسيطا لإبراز الذات، وينسج علاقات جديدة أو يعزز تلك القائمة التي لا تقف عند الاشتراك في الصور أو شرائط الفيديو. فأكبر نسبة من الشباب في دولة الإمارات تسعى من خلال اشتراكها في شبكة الفيس بوك إلى تكوين مجموعة من الأصدقاء (حوالي 91%). يليها ÷ إنشاء صفحات خاصة للتعريف بالذات، أو لتقديم الذات للآخرين من الأصدقاء (54 %). كما يستخدم الفيس بوك لمحاربة العزلة والقضاء على الملل وتطوير

35 – نقلا عن الطبعة الإلكترونية للمجلة الاقتصادية الفرنسية " L'expansion " الصادرة بتاريخ: 5 فبراير 2010 ، في الموقع:
http://www.lexpansion.com/economie/actualite-high-tech/facebook-6-ans-et-400-millions-d-utilisateurs_226384.html

36 – Mael Inizan :Facebook poursuit sa "twitterisation", le momde du 1 juillet 2009

القدرات التقنية.

إن نسبة الشباب في دولة الإمارات الذي يشترك في شبكة لبقيس بوك لمحاربة العزلة ومقاومة الملل بلغت 85 %، وهي نسبة مرتفعة وتحث على التفكير.

يقدر بعض علماء الاجتماع في الدول الغربية أن شبكة الفيس بوك أكثر ملاءمة للأفراد، خاصة الشباب الذي يعيش حالة من العزلة، فارتفاع نسبة الطلاق، وتشتت الأطفال بين الوالدين المطلقين جعلهم يعيشون حالة من العزلة والانطواء على الذات. فالرابط الأسري الأبرز، في نظر الشباب الذي يعاني من هذا الوضع، اختصر في الثلاجة.[37] كما أن الخوف من ترك الأطفال في الشارع أو الأماكن العامة نتيجة اسشتراء العنف والمخدرات دفع الآباء إلى تشجيع أبنائهم على البقاء في البيت، وتوثيق العلاقة مع الانترنت التي يعتقدون بأنها أكثر أمنا من الشارع. لكن ما هي العوامل التي تبعث على عزلة الشباب في دولة الإمارات وتحث الكثير منهم على الاشتراك في الفيس بوك؟ هل يقدم المجتمع الإماراتي نموذجا للمجتمع الذي تتجاور فيه الكثير من الجاليات التي تعيش منطوية على ذاتها؟ هل انتقل الشباب في هذه الدولة إلى ما أصبح يميّز المجتمعات المعاصرة: العيش معا كأفراد معا لكن منعزلين، ولكل واحد عالمه الخاص الذي يتجسد بواسطة الهاتف المتحرك والكمبيوتر الشخصي وجهاز Ipod.

إن ممارسة الانترنت التي تدور حول الصداقات تطبع نشاط الشباب في دولة الإمارات، كما يبيّن ذلك عدد المشتركين في الشبكات الاجتماعية، مثل الفيس بوك واليوتيب، أكثر من تلك التي تقودها مراكز الاهتمام، والتي تتجلى أكثر في المدونات الإلكترونية، وبعض المنتديات الإلكترونية التي تُعّد أكثر إبداعا، حيث يلتقي عبرها الشباب حول هواية معينة، ليتقاسموا اهتماما واحدا: الكتابة الأدبية، التكنولوجيا، السينما، الرسم.

إن الشباب لا يشاطر الآراء السائدة عن الانترنت لدى بعض الآباء والمربين، والتي مفادها أن استخدام الانترنت يُعد نشاطا تافها ، وغير مفيد، وبدون معنى. فبصرف النظر عما يوفره الفيس بوك للشباب من فرصة لامتلاك قواعد الكفاءة التقنية، فإنه يساعدهم في تطوير كفاءتهم الاجتماعية التي تؤهلهم للحياة المستقبلية. فالفيس بوك هو مجال لتراكم رأس المال الاجتماعي والذي عرفه عالم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو بأنه مجمل الموارد الحالية والمحتملة المرتبطة بامتلاك شبكة دائمة من العلاقات ÷ التي اتخذت، بهذا القدر أو ذاك، طابعا مؤسساتيا، وتتم ما بين المعارف، ومعارف

37 – Facebook, netlog ...regard d'une sociologue sur un phénomène de société, Interview de Claire Lobet-Maris, retrived , febriary 12, 2010 from: http://www.bfmtoday.be/Public/Video.php?ID=3115

المعارف.[38] فرأسمال الاجتماعي في الشبكة الاجتماعية الإلكترونية يتشكل من قائمة الأصدقاء والمعارف، وأصدقاء المعارف.

توجد العديد من العلاقات بين الأشخاص داخل الشبكة الاجتماعية، أولها العلاقات القوية والتي تربط الأشخاص بأفراد عائلتهم، وأصدقائهم، وبعض زملائهم. والعلاقات الضعيفة تتشكل من مجموعة من الأصدقاء البعيدين أو الذين انقطع الاتصال بهم، والأعضاء البعيدين من العائلة. فالشبكات الإلكترونية، خاصة الفيس بوك، تحافظ على هذه العلاقات الضعيفة التي لا تملك قيمتها فيما يتم تداوله من حديث حول الأمور العادية في الحياة، بل في رعايتها لهذه العلاقة التي تثرى بعدد المترابطين الذين يملكون قدرا من عدم التجانس على أكثر من صعيد، بينما العلاقات القوية فإنها تعتمد على وسائط مختلفة، مثل الهاتف والبريد الإلكتروني.

إن قائمة الأهل، والأصدقاء، والمعارف، وأصدقاء الأصدقاء تشكل مرفولوجيا شبكة الفيس بوك التي تراكم رأسمال الاجتماعي الذي يعزز ما هو مشترك بين المنخرطين في هذه الشبكة، ويسمح لهم بتكوين هويتهم من خلال التفاعل الاجتماعي، وتبادل الخدمات والمعارف البسيطة في الحياة التي تتسرب عبر الحديث عن اليومي الذي يشد حلقات هذه الشبكة الاجتماعية.

أكثر من نصف الشباب في دولة الإمارات يستخدم شبكة الفيس بوك لإنشاء صفحات خاصة به، أي 54 % مقابل 35 % يستخدمها لإنشاء صفحات للأهل والأصدقاء.

إن التفاوت في هذه النسب لا يدل على أن شبكة الفيس بوك هي تجسيد لبروز مملكة الأناEgo ، واستعراض النرجسية فقط، بل تثير مجموعة من القضايا ذات الطابع الإشكالي في المجتمع العربي، نكتفي بذكر الإشكاليات التالية:

1 -إذا كان الفيس بوك بجانب الشبكات الاجتماعية الإلكترونية الأخرى، وبرامج تلفزيون الواقع، قد جعل الفضاء العمومي امتدادا للأنا Ego في المجتمعات الغربية، فإنه شرع النقاش حول مآل هذا الفضاء بين من يرى أن هذه الشبكات تتجه بالفضاء العام نحو الخصصة، نتيجة ما يتعرض له من تفتيت وانحراف، وبين يعتقد بأن الأنا المثقلة بالذاتية ستثريه وتكسبه

38 – Bourdieu Pierre : Le capital social. Notes provisoires », Actes de la recherche en sciences sociales, vol. 31, janvier, 1982, P2

الحيوية المطلوبة التي فقدها نتيجة اعتباره إفرازا للعقلانية.[39] إن النقاش حول القضايا ذات الشأن العام التي شكلت العمود الفقري للفضاء العمومي في العديد من الدول العربية لم تتسع في المنطقة العربية إن لم تحارب لأسباب تاريخية وسياسية، والبروز الاستعراضي للأنا قد يضعف من قوة هذه الشبكة، التي أزعجت العديد من السلطات العمومية لما تثيره من نقد على الأوضاع في بعض البلدان العربية. إن هذا النقد جاء ليعوض نقص حريات التعبير في المنابر السياسية الكلاسيكية أو لوهن القوى السياسية.

2 -لم يصل الفرد في المجتمعات العربية في الماضي ليشكل قيمة مرجعية وسط هيمنة الجماعة والعشيرة والقبيلة والطائفة التي تمارس سلطتها بفرض ضوابطها المعيارية. والفيس بوك، بجانب بعض الشبكات الاجتماعية الافتراضية، يحرر الفرد، بصرف النظر عن مكانته الاجتماعية وانتمائه القبلي، ويتيح له الفرصة للتعبير عن رأيه ونشر أفكاره. وهذا الأمر يخلخل المعايير الاجتماعية السائدة التي تولي الأهمية لتراتبية اجتماعية وسلطوية والتي على أساسها تبنى سلطة القول.

3 -شبكة الفيس بوك تنمي سلطة الأنا، لأنها تتمحور على التعبير عن الذات، وليس الجماعة. فالمشترك في الفيس بوك يرى صورته في هذه الشبكة، ويتلقى انعكاساتها في أصداء قائمة الأصدقاء والمعارف. فالفيس بوك هو "مساحة لتجريب الأنا".[40] وهذا لا يعني أن الشخص لا يكتشف ذاته إلا عبر الآخر، بل يدل على أن الشخص المشترك في شبكة الفيس بوك يبنى هويته انطلاقا من الصورة التي يريد أن يُعرف بها في الشبكة، وهي عادة صورة مداهنة ÷للذات تعززها الشعبية التي يتمتع بها، ويثبتها سجل أصدقائه ومعارفه، ويحدد على أساسها مكانته وموقعه بالنظر إلى هذا السجل.

إن الفيس بوك، الذي يعيد تشكيل المعايير الاجتماعية وضوابطها في عصر يتسم بـ"الحداثة السائلة"[41] ككناية عن تعددية المرجعيات الرخوة في العديد من مجالات الحياة المعاصرة، خلق نوعا من القلق في المنطقة العربية الناجم عن بروز الفرد كقوة مرجعية في مجتمع يعيش تغييرا متسارعا في المعايير الاجتماعية والتصورات للكثير من الظواهر والحالات: النجاح، والسعادة، والصداقة، المعاصرة، العادات...

39 – نصر الدين لعياضي: فضاء عمومي أو مخيال إعلامي: مقاربة نظرية لتمثل التلفزيون في المنطقة العربية، مجلة حولية العلوم الإجتماعية، جامعة الكويت، ينشر في سبتمبر 2011

40 – Testut Nina Facebook et moi et moi et moi , edi tion Hoëbeke, France, 2009, p 47

41 – Facebook, netlog , Ibid

أكثر من ثلاثة أرباع من الشباب في دولة الإمارات الذي كون مجموعات من الأصدقاء يفضل أن يكونوا من الجنسين، وأغلبيتهم تميل إلى أن يكونوا من بلدهم أو من جنسيتهم. يليهم أصدقاء من دول العالم ماعادا العربية والخليجية.

هذه الحقيقة تحمل معنى مشحونا بالمفارقة ميز البعد الاجتماعي للانترنت، إذ أنها تشجع، في الآن ذاته، الانغلاق على الذات والانفتاح على الأخر، والذي يجسد مقولة أن الانترنت يفكك ويدمج في الوقت ذاته! إنها تفكك المجموعات المندمجة، وتجمع الأفراد المعزولين أو المتناثرين، كما سنوضح ذلك لاحقا، عندما تحين مناقشة متغير الجنسيات واستخدام الفيس بوك.

فرغم أن العلاقة بين الأشخاص في شبكة الفيس بوك هي علاقات حقيقية، أي تنسج من الأهل والأصدقاء والمعارف، ولا يمكن الانضمام إليها بدون موافقة المشترك، إلا أن الإناث أقل إطلاعا على هذه الشبكة، وأقل اشتراكا فيها. فبعض المبحوثات يفسرن ذلك بأن الفتيات أكثر حذرا في التعامل مع الفيس بوك لأنهن يعانين من مراقبة أوليائهن أكثر من الذكور وبخشين أكثر من تسرب صورهن واستخدامها لأغراض أخرى قد تضر بسمعتهن أو وضعهن الاجتماعي. والإناث تجهلن تبعات العلاقات التي تنشأ عبر الفيس على مستوى إدارة العلاقة مع الجنس الأخر، في ظل هشاشة أو عدم وجود تجربة كافية لإدارة مثل هذه العلاقة فعليا في مجتمع لا يتقبل بالاختلاط بين الجنسين، كما ذكرنا أنفا.

إن الاختلاف الكبير بين الثقافات يمكن التماسه في الشبكات الاجتماعية. ففي الدول الغربية، خاصة الانجلو ساكسونية (الولايات المتحدة، بريطانيا، كندا، أستراليا) تتفوق نسبة الإناث المشتركات في شبكة الفيس بوك على الذكور. بينما في الدول العربية فإن نسبة الذكور المشتركين فيها أكبر من الإناث.

نعتقد أن معنى علاقة الإناث بالشبكات الاجتماعية، مثل الفيس بوك، في دولة الإمارات لا يتجلى من التأكيد على حذر البنات أو خشيتهن من الاشتراك في هذه الشبكة، بل في اشتراكهن ودوافعه. فقبل 27 شهرا كانت نسبة الإناث المشاركات في الفيس بوك في دولة الإمارات أكبر من نسبة المشتركات في الشبكة الاجتماعية ذاتها في لبنان، ومصر، وتركيا![42]

أكثر من أربع بنات من عشر يشتركن في الفيس بوك، حيث أن نصفهن

42 – بلغت نسبة الإناث المشتركات في الفيس بوك في دولة الإمارات 29.65%، مقابل 28.58 في لبنان، و 19.86% في تركيا، و 27,30 % في مصر. نقلا عن المجلة الإلكترونية المختصة في التكنولوجيا الرقمية، نوميراما، الصادرة يوم 26 نوفمبر 2007، مسترجعة من الموقع
http://www.numerama.com/magazine/5697-Le-monde-occidental-et-le-Moyen-Orient-se-retrouvent-sur-Facebook.html

يسعى إلى تكوين مجموعة من الأصدقاء، وأن أكثر من نصف هذا العدد يريدها أن تكون بين الجنسين، وإن كانت أغلبيتهن تفضل أن تكون مع أبناء وبنات البلد، ومن خارج المنطقة العربية. حقيقة إن 37 % فقط من المبحوثات يريدن إقامة مثل هذه العلاقة، مقارنة بنسبة 51 % من المبحوثين. لكن هذه النسبة تحث على التفكير في كيفية قيام الفتيات بالحفاظ على المروث من العادات والتقاليد، وكيفية إدماج الشبكات الاجتماعية الافتراضية ضمن ممارستهن اليومية. أي كيف يلتقي الموضوعي في العلاقات الاجتماعية الذي تفرضه المؤسسات الاجتماعية مع الذاتية التي تمليها المبادرة الفردية.

إن الإناث أقل ميلا للتعريف بذاتهن من الذكور في شبكة الفيس بوك، أي أن عدد اللواتي يدرجن "البروفيل" الخاص بهن، مع إضافة معلوماتهن الشخصية، والروابط التي تعبّـر عن ميولاتهن وأفكارهن والمواد متعددة الوسائط التي تلخّص اهتماماتهن قليل مقارنة بالذكور (39 % مقابل 69 %). بينما البنات اللواتي ينشئن صفحات خاصة لأحد أفراد أسرهن والأصدقاء يتفوق عن عدد الذكور (39 % مقابل 31 %).

كما أن نسبة استخدام شبكة الفيس بوك قصد تطوير المهارات التقنية وتلبية حب الفضول والإطلاع مرتفعة لدى الذكور مقارنة بالإناث، وهذا ما يفسر ارتفاع نسبة الذكور الذين يملكون خلفية عن الفيس بوك أكثر من الإناث، خلافا للمدونات على سبيل المثال.

يبدو من خلال المناقشة مع بعض المبحوثين أن تشكيل مجموعة من الأصدقاء ليس غاية في حد ذاتها، بل أنها وسيلة للخروج من وضع اجتماعي. فالشباب الإماراتي والخليجي يروم من ورائه التسلية والقضاء على الملل، والتعرف على الجنس الأخر بالنسبة للذكور. بينما يسعى الشباب العربي تشكيل مجموعة الأصدقاء عبر شبكة الفيس بوك والقضاء على العزلة. فإذا كان الفيس بوك بالنسبة للشباب المصري قد تحول إلى مؤسسة اجتماعية وسياسية نتيجة توظيفه في العراك السياسي، فإنه بالنسبة لأبناء الجاليات العربية في دولة الإمارات أصبح شرطا من شروط الوجود الاجتماعي. فالفيس بوك يربطهم بأفراد أهلهم الذين تفرقوا بحثا عن لقمة العيش أو للدراسة أو لبناء المستقبل في مهجر جديد. كما يجمع شمل الأصدقاء والمعارف الذين افترقوا نتيجة وضعهم الاجتماعي والمهني غير المستقر بدولة الإمارات باعتبارهم وافدين فى البلد، وإمكانية الحصول على الجنسية تكاد أن تكون معدومة.

فالفيس بوك لا يجدد رابطهم الاجتماعي فقط، بل يبعث في نفوسهم الراحة

والسعادة ويخفف من غربتهم أو يكاد يقضى عليها.[43]

إن شبكة الفيس بوك تعيد، جزئيا، إنتاج الواقع المعيش. ففي الحياة اليومية، حيث يلاحظ أن العلاقات الفعلية تقام بين أشخاص على أسس عائلية ووفق الانتماء إلى جنسية ما أو جهة ما. فأبناء مصر أكثر ارتباطا ببعضهم البعض، والمغاربة كذلك، والمواطنون يقيمون علاقات بين بعضهم البعض. ففي المؤسسات التي من المفروض أن تتطلب قدرا كبيرا من الاندماج، مثل المدرسة، والجامعة، نلاحظ أن العلاقات بين الجنسيات محدودة، ومقتصرة على الأمور اليومية المرتبطة بالدراسة، مثل تبادل المعلومات عن الدراسة.

إن شبكة الفيس بوك تساهم في تعزيز الهوية الجماعية القائمة على الدين، والثقافة، واللغة. ففي هذه الشبكة تتجاور الجماعات التي تناقش خطر المسلسلات التلفزيونية التركية على الهوية العربية الإسلامية، أو للتعبير عن الغضب والتضامن مع سكان غزة ضد حرب إسرائيل عليها. فالفيس بوك يشكل رد الفعل الآني على الأحداث المختلفة التي تهم المشتركين.

كل الشباب العربي الذي يسعى إلى تشكيل جماعة أصدقاء عبر الفيس بوك يفضل أن يكونوا من الجنسين، بينما نسبة الشباب الخليجي، والإماراتي الذي يريد ذلك فهي أقل، إذ أنها لا تزيد عن 70 % بالنسبة للشباب الأول، و64 % بالنسبة للشباب الثاني. و يريد الشباب العربي الذي يسعى لتكوين مجموعة من الأصدقاء عبر الفيس بوك أن تكون من أبناء بلده أولا، ثم من الأجانب غير العرب ثانيا، خلافا لأبناء الخليج الذين يريدونهم أن يكونوا أجانب من غير العرب أولا، ثم من بلدهم وبقية بلدان الخليج. وهذا الأمر يثير تساؤل عن سر هذا التفضيل. هل أن العلاقات مع أبناء البلد تكون محكومة، أكثر، بالعادات والتقاليد وذات تبعات وامتدادات في أرض الواقع، بينما يمكن للعلاقات مع الأجانب أن تكون أكثر تحررا أم أن الأمر يعبر عن تصورللأخرالأجنبي؟

إن علاقة الشباب في دولة الإمارات بشبكة الفيس بوك عكسية، فبتزايد السن تتناقص نسبة الشباب المشترك فيها. فأكثر من نصف الشباب الذي يتراوح سنهم ما بين 15 و20 سنة مشتركون، بينما 21 % فقط من الشباب المشترك في هذه الشبكة هم من الفئة الأكبر سنا، أي التي يتراوح سنها ما بين 25 و30 سنة. لكن يلتقي من الأكبر والأصغر سنا في استخدام الفيس بوك لتشكيل مجموعة من الأصدقاء، حيث تفضل غالبيتهم أن تكون من الجنسين، ومن الأجانب غير

43 – أنظر الأحاديث الصحفية التي أجرتها فداء طه مع بعض المشاركين في الفيس بوك من دولة الإمارات تحت عنوان: الفيس بوك.. وسيط جديد للتواصل مع الأصدقاء يتفوق على «المسنجر» و«الإيميل» – صحيفة الإماراتية: الثلاثاء 19 يناير 2010

العرب أولا، ثم من أبناء الوطن. السؤال الذي يطرح يتمثل فيما يلي: هل يقترن صغر سن الشباب بالانفتاح، ليس على التكنولوجيا فقط، بل، أيضا، على الجنس الأخر وعلى أبناء الدول الأجنبية؟

تسعى نسبة ضئيلة من الشباب ذي السن المتقدمة، عبر اشتراكه في الفيس بوك، إلى إنشاء صفحات خاصة للتعريف بالذات، وتشكيل مجموعة من الأصدقاء. بينما يسعى حوالى 67 % منهم إلى إنشاء صفحات خاصة بأهلهم وأصدقائهم، ومكافحة الملل ومقاومة العزلة.

إن 67 % من الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 25 و30 سنة يفضلون أن تكون صداقتهم من الجنسين، مقابل 59 % من الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 21 و24 سنة. لكن أغلبية من هم دون 21 سنة يفضلون أن تكون صداقتهم مع أبناء بلدهم أولا.

الخاتمة

يؤكد هذا البحث ما ذهبت إليه سوسيولوجيا الاستخدام التي أثبتت أن العدة التكنولوجية لا تؤدي بمفردها إلى توحيد الاستخدام وتنميطه.[44] فالمتغيرات السوسيو ديمغرافية تدفع إلى الاعتقاد بأن «لكل شاب انترناته».لأنها تتدخل في تمثله لماهية الانترنت وتطبيقاتها المختلفة.

نعم، لقد استطاعت الانترنت أن تخفف، وحتى تقضي على بعض الإكراهات التي كانت تتدخل في تحديد سلوك الشاب في دولة الإمارات، مثل سهولة الالتقاء بين الإناث والذكور في الفضاء الإلكتروني أكثر مما يتيحه الواقع . و زيادة "جرأة" الأنثى في اقتحام الفضاء العمومي، لتناول الكلمة أمام الملأ في الفضاء الإفتراضي حتى وإن كانت "ملثمة إلكترونيا" لتقدم وجهة نظرها وتعبر عن ذاتها، وتكشف عن تجربتها في المجال الأدبي أو الفني.

كما سمحت الانترنت للشباب في دولة الإمارات من التعبير عن ذاته سواء من خلال التدوين أو الشبكات الاجتماعية، ومكنته من تنمية نرجستيه. إلا أن الأسباب التي تؤدي إلى استخدام الشبكات الاجتماعية يختلف حسب حنسيات المستخدمين وسنهم. فالشباب الإماراتي والخليجي يلجأ إلى استخدام الشبكات الاجتماعية لمقاومة العزلة التي يشعر بها، أو للتغلب على حالة الملل التي يشعر بها نتيجة روتينية الحياة أو للتعرف على الأخر. فإن استخدام الشباب العربي

44 –Josiane Jouët: Retour critique sur la sociologie des usages Réseaux, 2000, France, volume 18 n°100. pp. 487–521.

للشبكات الاجتماعية في دولة الإمارات يعبر عن رغبة في الاندماج مع أبناء مجتمعهم الأصلي. لذا لا يمكن أن نفهم التكنولوجيا بالنظر إلى قوتها المحايثة فقط، بل يتطلب ربطها بالسياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه.

كما جعل الانترنت جزءا من العلاقات الاجتماعية التي يقيمها الشباب أكثر مرئية، وهذا ما يتجلى في الصداقات حتى وإن تغير معناها على الصعيد الافتراضي عما هي عليه في الحياة اليومية.

لكن كل ما سبق قوله لا يسمح لنا بالقول أن الفضاء الإفتراضي الذي يعيش فيه الشباب في دولة الإمارات يعزز القطيعة مع الفضاء الواقعي، أو يؤدي إلى بناء علاقات اجتماعية جديدة مختلفة كليا عن تلك القائمة في الحياة اليومية.

لقد عزز الفضاء الافتراضي العلاقات الاجتماعية القائمة في الحياة الفعلية. وهذا ما يدعو للنظر في هذه المفارقة التي أحدثتها الانترنت. فبقدر ما هي منفتحة على الأخر، عالمية، بقدر ما هي قادرة على الإغلاق على الذات. هذا ما يمكن استخلاصه من هذا البحث. فجزء من تطبيقات الواب 2 عززت هويته الشباب العربي الوافد الوطنية، ورسخت شعوره بالانتماء إلى هذه الجنسية أو تلك.

المراجع

1. فوزية عبد الله آل علي (2009): الأثار الاحتماعية والنفسية للانترنت على الشباب في دولة الإمارات، أبحاث المؤتمر الدولي الأول- الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 9-7 أبريل .
2. الصادق رابح (2006): آليات ادماج الانترنت في الفضاء ين المدرسي والعائلي، وقائع الندوة العلمية حول ثقافة الانترنت واثرها على الشباب، إصدارات دائرة الثقافة والعلوم، الشارقة .
3. محمد قيراط، ومحمد عايش (2006): استخدامات واشباعات الانترنت، دراسة ميدانية تحليلية لشباب الإمارات العربية المتحدة، وقائع الندوة العلمية حول ثقافة الانترنت واثرها على الشباب، إصدارات دائرة الثقافة والعلوم، الشارقة.
4. عبد الرحمن عزي (2006): الانترنت والسباب، بعض الافتراضات القيمية، وقائع الندوة العلمية حول ثقافة الانترنت واثرها على الشباب، إصدارات دائرة الثقافة والعلوم، الشارقة.
5. نصر الدين لعياضي (2011): فضاء عمومي أو مخيال إعلامي: مقاربة نظرية لتمثل التلفزيون في المنطقة العربية، مجلة حولية العلوم الإجتماعية، جامعة

الكويت.

6. حمد بن محمد الهاجري (2003): شبكة الإنترنت وتأثيرها على الشباب السعودي، دراسة ميدانية لمقاهي الإنترنت بمدينة الرياض، 2003م، مسترجع بتاريخ 26/12/2009 من الموقع:

http://www.hdrmut.net/vb/t208239.html

7. Alain Joannes (2010) : Phénomènes émergents dans la consommation de l'information, retrived , febriary 12, from Http://www.journalistiques.fr/post/2009/01/23/Phenomenes-emergents-dans-la-consommation-de-l-information.
8. Alexandre Hervaud (2009) : Les utilisateurs de Twitter ont du mal à suivre, retrived June 17, from http://www.ecrans.fr/Les-utilisateurs-de-Twitter-ont-du,7270.html
9. Anne-Claire Orban (2007) : Je blogue, tu blogues, nous bloguons, retrived June 6, from : www.clemi.org/mediasscolaires/outils/article_blog_ACO.rtf.
10. Boucher et Manon Groseilliers (2006) : Le double fossé numérique : L'autoroute de l'information au Canada Direction de recherché parlementaire, Canada 2002, retrieved June 14, from : dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Collection-R/LoPBdP/PRB-f/PRB0237-f.pdf
11. Bourdieu Pierre (1982) : Le capital social. Notes provisoires », Actes de la recherche en sciences sociales, vol. 31, janvier.
12. Deborah L. Wheeler (2006) :The Internet and Youth Subculture in Kuwait, JCMC 8 (2) January 2003, retrieved June 14, from http://jcmc.indiana.edu/vol8/issue2/wheeler.html#first.
13. Josiane Jouët (2000) : Retour critique sur la sociologie des usages Réseaux, France, volume 18 n°100.
14. Lange, P. G (2009) : Publicly private and privately public: Social networking on YouTube. Journal of Computer-Mediated Communication, 13- 2007, Retrieved January 18, from : http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/lange.html
15. Livingstone S. (2004) : Du rapport entre audiences et publics. Réseaux, no 126, vol. XXII.
16. Sadok Hammami (2009) : L'Internet dans le monde arabe : A la

recherche du paradigme absent, retrieved June 14, from :
17. http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/09/06/32/PDF/internetmondearabe.pdf
18. Testut Nina (2009) : Facebook et moi et moi et moi , édition Hoëbeke, France.

إشكالية التشريعات الإعلامية في المجتمعات الانتقالية
حالة الجزائر

د.علي قسايسية
جامعة الجزائر3

ملخص

ترمي هذه الدراسة إلى مساءلة الإشكاليات التي تطرحها التطورات الكبرى في مجال الاتصال وبخاصة التغييرات العميقة التي أحدثتها التكنولوجيات الحديثة في جميع مناحي الحياة بما فيها التنظيم الاقتصادي والسياسي والقانوني العام للمجتمعات الحديثة وما بعد الحديثة. إن الإشكال مطروح بحدة أكثر في المجتمعات الانتقالية من مثل المجتمع الجزائري.

إن تكنولوجيات الإعلام غيرت أنماط حياة الشعوب وأدت إلى ظهور أشكال جديدة من الحريات العامة والفردية وأصبحت السلطات العمومية غير قادرة على مراقبة وتنظيم التدفق الحر للمعلومات عبر وسائط الاتصال الجديدة ووسائل الإعلام التقليدية المشبَّكة، وأصبحت المعلومة متوفرة أكثر فأكثر أمام عدد متنام من الجمهور غير المحدود في الزمان والمكان؛ مما أدى إلى ظهور عدة تحديات.

هذه التحديات تدفع إلى محاولة البحث عن التطبيقات وآليات التوافق بين المبادئ الليبرالية التي دأبت عليها المجتمعات الحديثة وحتميات التكيُّف مع المتطلبات التنظيمية والقانونية لمجتمعات العالم الإلكتروني الذي أصبح واقعاً مجسماً يتأكد يومياً في مختلف الفضاءات. إن هذا الأمر ينطبق خاصة على المجتمعات الانتقالية من مثل المجتمع الجزائري.

الكلمات الدالة: التشريعات الإعلامية، تكنولوجية الإعلام الحديثة، العالم الإلكتروني، المجتمعات الانتقالية.

مقدمة

أصبح تصميم وتنفيذ إستراتيجيات الاتصال في المجتمعات ما بعد الصناعية، أو في مجتمعات الحداثة وما بعد الحداثة، هاجساً دائماً وانشغالاً مؤرقاً بالنسبة للمشتغلين والمهتمين بإدارة وتسيير هذه المجتمعات من سياسيين ومخططين وعلماء ومنفذين وغيرهم من الفاعلين. يتمركز هذا الإشكال حول تطبيقات وآليات إنتاج المعرفة انطلاقاً من البحث عن المادة الخام للصناعة المعرفية، المعلومة وتنظيمها