



طبيعة العلاقة بين الميدياتيك والسلوك الاجتماعي / دراسة تحليلية

أ.م. خالد محمود حمي*

جامعة بغداد / كلية الآداب / قسم علم الاجتماع
Khaled200@yahoo.com

أ.د. ثناء محمد صالح*

جامعة بغداد / كلية الآداب / قسم علم الاجتماع
Snaa_saleh@gmail.com

أ.م.د. أحلام أحمد جمعة*

جامعة بغداد / كلية الآداب / قسم علم الاجتماع
ahlamgomaa@yahoo.com

المستخلص:

تزايد الاهتمام بمجال (Social Media) ودوره في قضايا ذات الشأن العام، على اعتبار أن الفعل الاجتماعي هو رهين الوظائف التواصلية التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي حالياً، بحيث ساهمت شبكة الإنترنت مثلاً في بناء الواقع المعاش بالنسبة للأفراد، وعن طريقها تتم التفاعل وبناء الأواصر ومناقشة القضايا ذات الشأن العام، وإعادة هيكلة خارطة المعرفة للفرد وإبراز دوره الحيوي في تجسيد الواقع المعاش وتأثيرها المباشر على سلوك الفرد، وتتلخص أهداف هذا البحث من خلال النقاط الآتية:

- 1- تحديد مفهوم الميدياتيك من منظور سوسيولوجي.
- 2- التعرف على أبعاد الميدياتيك في الفعل الاجتماعي.
- 3- تشخيص طبيعة تأثير مفهوم الميدياتيك في التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع.
- 4- إبراز أهمية الميدياتيك في الذات الاجتماعية من خلال توقعات أفراد المجتمع.
- 5- فهم الإطار الثقافي للمجتمع من مدخل القيم الاجتماعية. وتوصلنا إلى أهم النتائج الآتية:

1- تُعبر الأفعال عن الحاجات ضمن الحدود الممنوحة للفرد في البيئة الاجتماعية، ونجد أنه كيان وبناء ذو بنية منظمة، ينتظم على شكل موقف يتبناه الفاعل، ويحمل البواعث والأهداف والرغبات والمخاوف والافتراضات والاعتقادات، لأن الفاعل في الأساس هو كائن حي ذو سمة مميزة، لذا فإن

تاريخ الاستلام: 2019/06/12

تاريخ قبول البحث: 2019/07/15

تاريخ النشر: 2023/09/30

الفعل له بُعد حيوي وإن لم يُدرك ذلك.

2- الفعل تكوين يتضمن عناصر عديدة مُنظمة يدخل في تفاعلات مع الآخرين ويُكون أواصر وعلاقات اجتماعية، يُمكن ضبطه والتحكم في مساراته بحيث يمكن إعادة توجيهه، وهذا الفعل يحتاج إلى بيئة مكانية وفترة زمنية محددة الظهور.

3- نتائج هذا الفعل قد تكون مادية (ظاهرية) أو معنوية (ذاتية) لدى الفاعل أو الأخر الموجه إليه الفعل، والأفعال قابلة لإعادة الإنتاج في المُجتمع، ولها شبكة من الامتدادات في البيئة الاجتماعية وأهم خط في هذه الشبكة هو خط العلاقة بين الفعل وأهدافه المُتحققة.

المقدمة

تزايد الاهتمام في الآونة الأخيرة بطروحات تتعلق بقضية المجال العمومي وإشكالية الأطر المعرفية وعلاقتها بتقنيات الاتصال، على اعتبار أن الميدياتيك^(*) أصبح المصنع الجديد للعديد من المظاهر الاجتماعية، بفضل تطور تكنولوجيا الاتصال وظهور موجة جديدة من التفكير المبنية على دور شبكات التواصل الاجتماعي، وظهور اتجاه فكري أكاديمي مؤيد للدور الذي يؤديه الإعلام الاجتماعي في تعبئة الأفراد وحشدهم، وعززت نماذج ناجحة لشبكات التواصل الاجتماعي هذا النسق الفكري، بحيث أصبح بمثابة دليل تجريبي على نجاح الإعلام الاجتماعي كوسط ميدياتيكي تتحول من خلاله الأفكار إلى قوة مؤثرة بين الأفراد، وأغلب التجمهرات أو المظاهرات الاحتجاجية في العالم بشكل عام والعربي بشكل خاص، كانت توظف الوسط الميدياتيكي وبفضله كانت تُحشد الأفراد وتنظم المظاهرات، وأن قوة تأثير هذا الوسط جعلنا نراجع الدور التقليدي لبناء وتركيب الأحداث وعناصرها التي تؤلف الواقع المعاش، لأن الأحداث حسب العرف السوسيولوجي هو نسيج مُعقد لتفاعلات الأفراد مع تقنيات الاتصالات، في حين أن النظرة الحديثة ترى أن الميدياتيكي هو بحد ذاته المسؤول عن تحريك الاتجاهات، من خلال تحقيق الدافع المطلوب لدى الأفراد. وأن التقنيات لا بد لها من التفاعل مع الأفراد لخلق الدافعية المطلوبة لديهم، وهذه التقنيات هي في الأساس وسط ناقل للمعلومات التي من خلالها يتمكن من بناء الأفكار نحو الأحداث وتقييمها، وأن الأطر المعرفية للمقاربة، يُمكننا من بناء تصور أفضل لديناميكية المعلومات وتحولها من طاقة كامنة غير مفعلة إلى قوة اجتماعية فاعلة ومؤثرة في الوسط الاجتماعي.

مشكلة البحث:

إن تزايد الاهتمام بمجال (Social Media) ودوره في قضايا ذات الشأن العام، يتمثل في اعتبار أن الفعل الاجتماعي هو رهين الوظائف التواصلية التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي حالياً، بحيث ساهمت شبكة الانترنت مثلاً في بناء الواقع المعاش بالنسبة للأفراد، وعن طريقها تتم التفاعل وبناء الأواصر ومناقشة القضايا ذات الشأن العام، وإعادة هيكلة خارطة المعرفة للفرد وإبراز دوره الحيوي في تجسيد الواقع المعاش وتأثيرها المباشر على سلوك الفرد، خاصة أن هذه الشبكات ساهمت في التعبير عن الذات وتفاعلها متأثراً بالتسويق الفكري والأيدولوجي، سواءً بالشكل المباشر أو عن طريق أسلوب إقناع الأسرار والخفايا السياسية وفضح الانحرافات في إدارة الشؤون العامة لتخلق الدافعية المطلوبة لدى الأفراد عن طريق ردود هذه الممارسات والتعبير الحر عن آرائهم تجاهها، والإسهام في مناقشة قضايا الرأي العام بما يتلاءم مع رغبة الفاعلين في عملية التواصل والسعي لتشكيل الواقع وتحويله من الإطار الرمزي إلى تجسيد المعنى، ومن أجل فهم أوسع لمسألة الميدياتيكي وتحليلها سوسيولوجياً، نجد أنها وسط دينامي متغير ذو فاعلية على الأفراد ولها القدرة على تغيير المناخ الاجتماعي في المجتمع، وخلق حالة من الفوضى أحياناً، عن طريق سلسلة متعددة من السلوكيات العشوائية

وردود الفعل (المقصودة منها وغير المقصودة) والتي من الصعب قياسها، وهذه السلوكيات غير المنظمة وغير المستقرة لا يمكن احتواءها أو التحكم بها، بسبب صعوبة التحكم في عناصرها الرمزية والمادية، لذا فإن هذه الخاصية يصعب التحكم في ديناميتها وعدم القدرة على التنبؤ بمستوياتها المستقبلية، خاصة أنها عصية على القوانين التي تحكم الظواهر الاجتماعية المستقرة، والتي تكون قابلة للتحليل والتفسير باستخدام النظريات الكلاسيكية والمناهج السائدة في العلوم الاجتماعية.

أهمية البحث:

يسعى الميدياتيك إلى إنتاج المعنى عن طريق تبادل الأفراد لما يتم إنتاجه من أفكار أثناء التفاعل، وأن إنتاج المعنى هو قرين الفردية المتمركزة حول الذات واستكشاف الأنا لتحقيقها وإنتاج التعدد أو الإجماع للأنساق المعرفية المسيطرة على طرائق التفكير في المجتمع، وهذا الأمر مرهون في الأساس باللغة بوصفها الفضاء المناسب لتأسيس فكر تواصلٍ قائم على التداوت، خاصة أن له إمكانية طوعية لخلق التوافق والاختلاف وممارسة الاعتراف أو الاستبعاد، وهذه الخاصية تُسمى بالتسوية الخلاق في اللغة، وهذا الأمر بحد ذاته يجعل من اللغة حقلاً للتواصل ومجالاً للتفاهم بين الأفراد، وإنها المُحرك الرئيس للغلاف السيميائي الذي يدور في فلكه الحياة الاجتماعية⁽¹⁾، ويعمل هذا الغلاف على خلق بصيرة لدى الأفراد يُسهم في نضوج وعيهم، ويعمل كوسط يتحقق من خلاله حدود الفعل الاجتماعي ومقاصده مورفولوجياً، وهذه إشارة إلى دور العناصر غير الإنسانية في تحديد إطار الفعل الاجتماعي.

وتتجلى أهمية هذا البحث من خلال إبراز دور مفهوم الميدياتيك في إنتاج المعرفة بين الأفراد عن طريق تبادل الآراء والأفكار والتفاعل التواصلي لخلق بصيرة لدى الأفراد والمساهمة في نضج وعيهم بالحياة الاجتماعية. فضلاً عن ذلك تأتي أهمية هذا الموضوع فيما تعانیه الدراسات الاجتماعية من حضور في تحليل أهمية هذا المفهوم، على اعتباره ثورة ضد مسارات الاعلام التقليديّ بضوابط اخلاقية تُجسد حدود المهنة، وهذه تُعد إشارة إلى مرحلة جديدة في إنتاج المعرفة، وذلك لما تحملها هذه الثورة من مزايا، باعتبارها مجالاً عمومياً وفضاءً حرّاً يسمح للأفراد بالتعبير والمناقشة حول القضايا العامة في المجتمع. كما يأتي أهمية هذا البحث على اعتباره أحد أهم أدوات الاستقطاب من خلال الحوارات والنقاشات بين الأفراد، بحيث تسمح في تقديم الآراء الجريئة في الأوساط الثقافية المختلفة، بعيداً عن السياقات التقليدية في طرح الأفكار.

أهداف البحث

إن الهندسة في الإنتاج المعرفي ونشره والتفاعل معه تتم وفق رغبة المُستخدمين للميدياتيك وحاجاتهم للتواصل والتغيير وتحقيق الذات، وبالتالي تحقيق الإحساس بالجماعة الذي يتعزز في السياق السوسولوجيّن طريق الاستقطاب بوصفه ظاهرة فردية ناتجة عن الحوار والنقاش في فضاءٍ حرّ بين الأفراد الاجتماعيين، لتظهر

لديهم النزعة إلى الدفاع عن آراء جريئة في الأوساط الثقافية المختلفة والخروج عن السياقات المألوفة لديهم ونشر أفكارهم إزاء قضايا الرأي العام، من خلال عملية الجذب أو الشد الذي يسلكها الأفراد في فعلهم التواصلي، وأن صناعة الحدث في البيئة السيميائية المتغيرة التي توفرها الميدياتيك تحتاج في عملية بناء الواقع إلى عناصر سياسية (المُرسل، الرسالة، المُتلقي، القناة، السياق، اللغة)، لأن التعبير عن فكرة ما أو تصوير حادثة معينة ونشره، يحتاج إلى تكيف السياق الذاتي مع الموضوعي ودوائر التفاعل لبناء المعنى ورجع الصدى، وبالتالي إعادة الإنتاج للمعنى، بسبب الرسائل التي تدور في فلك الويب والتي تدخل في علاقات بعضها ببعض وتمارس تأثيرات واضحة على المعنى المُتكون، لذا يمكن تلخيص أهداف هذا البحث من خلال النقاط الآتية :

6. تحديد مفهوم الميدياتيك من منظور سوسولوجي .
7. التعرف على الأبعاد (الاجتماعية، والنفسية، والثقافية، والسياسية) للميدياتيك في الفعل الاجتماعي .
8. تشخيص طبيعة تأثير مفهوم الميدياتيك في التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع .
9. إبراز أهمية الميدياتيك في الذات الاجتماعية من خلال توقعات أفراد المجتمع .
10. فهم الإطار الثقافي للمجتمع من مدخل القيم الاجتماعية.

المبحث الأول : قنوات الاتصال وتأثيرها في الدافعية الاجتماعية عند الأفراد.

تعدّ عملية الاتصال ركيزة وجود المجتمع التي عن طريقها يتم ربط الأفراد وتواصلهم ضمن حدود المكان ومُعطيته، وإذا علمنا أن الوسيط الاتصالي هو نتاج البيئة الثقافية بمُعطيها الفكرية والسلوكية، الذي يعمل على مقاصد الفعل الاجتماعي المُعبر أو المُتفاعل مع الفكرة، فإن قناة الاتصال (Communication channel) هي الوسيلة التي تتم نقل الرسالة وإيصالها إلى المُستقبل عن طريق المسار الذي تتخذه الرسالة عند تحركها من المُرسِل إلى المُرسَل إليه، ووسيلة نقل الرسالة هي القناة (the channel) وهي كثيرة ومُتعددة ابتداءً من الإيماءات أو حركات الجسد واللغة وأنواع الفن المُختلفة، وصولاً إلى المطبوعات والمرئيات (السمعية والبصرية) وتقنيات التواصل المُختلفة، وهذا التنوع في الوسائل يتبع المُستوى الحضاري في المجتمع، وكذلك نوع الرسالة المُرسلة، وتنقل الرسالة إلى المُتلقين لتظهر بعد ذلك صور تفاعلية مُختلفة بينهم بحسب نوع الرسالة المُعبرة عنها في العملية الاتصالية، وما يترتب عليها من ردود فعل عند استخدام هذه الرسالة⁽²⁾، تتراوح بين الإشارات غير المُحددة الغامضة إلى القواعد القانونية والعرفية المُفصلة، وتتوقف نوع الرسالة على ذهن الفرد المُرسَل وقدرته على اختزال الأفكار في رموز ذات معانٍ، وكذلك فإن استعداد المُستقبل أيضاً يُحدد قابليته على إدراك الدلالات الثقافية عن طريق فهم تلك الرموز وتحديد معناها، سواءً أكانت الرسالة شفوية مباشرة أم مكتوبة وبشكل غير مباشر.

إن قناة الاتصال مسؤولة عن إيصال الرسالة إلى المُتلقي بشكل واضح ومفهوم؛ لأن عدم إدراك مضمون الرسالة من الطرف الآخر يعني تشوه عملية التفاعل الاجتماعيّ بين تلك الأطراف، خاصة أن الدوافع الاجتماعية (Social motives) تحتاج إلى قنوات تضمن نقل الرموز المُعبّرة عن المعانيّ بالشكل الذي يُحقق التأثير والتأثر المتبادل بين الطرفين^(*)، وإن خاصية الوسيلة مُهمة في استثارة الدوافع وتحركها، ففي الاتصال الإنسانيّ (وجهاً لوجه) نجد الأسلوب الخطابيّ الذي يتجسد في القناة اللفظية (verbal channel) والتي تحمل الموجات الصوتية عن طريق حمل الكلمات المُعبّرة عن الأفكار من الجهاز الصوتي، والقناة البصرية (visual channel) التي تنقل الإيماءات وتحمل المعانيّ ضمن حدود الموقف العام⁽³⁾، ويجب أن يكون هناك تناغم بين هاتين القناتين الاتصاليّتين بهدف المُساهمة في إحداث الأثر المرجو وإنجاح العملية الاتصالية.

ومن أجل إدراك الأطر النفسية والاجتماعية لفلسفة التواصل بين الأفراد نجد أن التركيز يجب أن ينصب على البُعد التفاعليّ لعملية التواصل المُستوحاة من المُقاربة النسقية، والتي تسمح لنا بإضفاء بُعد اجتماعيّ لهذه العملية، والخروج من التفسيرات التي تدور عن علاقة الفرد بنفسه؛ لأن التواصل هي الحلقة المركزية ما بين الفرد ومُحيطه الاجتماعيّ المُتجدد في عملية التفاعل الاجتماعيّ، ولاسيما أنّ الميكانزيم (Micanzyme) الداخلي المنخرط في عملية التواصل والمتمثل بالدوافع والعواطف، فالميكانزيم الدفاعيّ وآليات معرفية أخرى تؤدي وظائف دينامية عن طريق البنية العلائقية للتفاعل بالاعتماد على الوضع الاجتماعيّ للفرد المُحدد قيمياً وبحسب المكانات والأدوار الاجتماعية، لذا فإن الميكانزيم النفسيّ الباعث والمُحفز للدافعية عند الأفراد يتأثر بالسياق التفاعلي ويؤثر في العلاقات التواصلية^(*)، وما يتوقعه المتواصلون من هذه العملية⁽⁴⁾.

إن الفعل التواصليّ يتضح في بُعده الاجتماعيّ بتضمنه غايات مُعيّنة (منها أداتية ومنها عقلانية) تظهر آثاره في الواقع المُعاش، ويكون ذات بُعد رمزيّ؛ لأن التفاعل الاجتماعيّ يتضمن تمثلاً للذات، إذ إن الفرد يسعى إلى الدفاع أو فرض أو إنتاج صورة لنفسه ذات قيمة أمام الآخرين (مثل عدم فقدان المكانة) مما يُحقق للفرد الرضا أو الإشباع، والتواصل الاجتماعيّ بين الأفراد يُحقق غايات أساسية⁽⁵⁾، نذكرها في النقاط الآتية :-

1. الفعل التواصليّ ببناء الهوية (Identity): إن الرسالة المُرسلة مرتبطة بالهوية المكانية (المنزلة والدور) للأفراد المتواصلين وهي تعالج عملية الإلقاء، والمتلقي عن طريق المؤشرات الشخصية والاجتماعية؛ لأن الرغبة في تحقيق الذات تخلق بحد ذاتها تحدياً بالنسبة للهوية وتكون ذات بُعد ارتباطيّ بالفرد، وهذا يتطلب تحقيق الصورة الإيجابية المطلوبة والتي تكون ذات قيمة اجتماعية مُهمة في عملية التفاعل، وأن الدافعية وراء التواصل الاجتماعيّ مُرتبط بالبحث عن التقدير، لذا فإن الهوية رهان الفعل التواصليّ وكذلك نتاج له، غير تفاعلنا اليوميّ

مع الآخرين والصورة التي تُكوّنها عن أنفسنا عن طريق الرسائل التي تُبعث لنا منهم، إذاً تحدي الهوية هو الميكانيزم الضابط لمركزيته بين ما هو فرديّ وما هو اجتماعيّ (أي بين ما هو عاطفيّ وما هو معرفيّ) في صيرورة التواصل.

2. حدود الحيز الشخصيّ (Personal space): نرغب أحياناً كثيرة في التواصل مع الآخرين ونخشاهُ أحياناً؛

لأن الخوف هنا يرتبط بإمكانية إقحام الآخر للمواطن الشخصية وانتهاك حرّمته (الحيز الشخصيّ)؛ لأن التفاعل يتم عند تحقيق التواصل بين الفضاءات (الحيز) الشخصية بين المتفاعلين (لأن الحيز الشخصيّ المتجسداً بالانا يُمثل الأسرار والمواضيع الحميمة والحياة الخاصة بشكله العام) مع وجود التحدي المتعلق بحضور الحاجز الذي يفصل الذات عن الآخر أثناء التواصل، وهنا نقصد الذات الشخصية، أما الذات الاجتماعية فيمكننا أن نبحث عنها أثناء التفاعل مع الآخرين عن طريق الصراع بين الرغبة في التعبير والدفاع عن تأكيد الذات.

3. التواصل والاتصال مع الآخر (Connect with the other): إن الممر الأساس لدخول الفرد في علاقة مع

الآخرين هو التواصل، بغض النظر عن دوافع هذه العلاقة (اجتماعية، عاطفية، نفعية)؛ لأن الحاجة إلى الارتباط والتفاهم تتصل بشكل وثيق مع الحاجة إلى الاعتراف بالذات وتحقيقها.

4. استراتيجية التحكم بشكل العلاقة (Relationship Control): إن السعي إلى التأثير على الآخرين، والدفع بهم

إلى الفعل في اتجاه مُحدد من دون غيره يندرج ضمن استراتيجية السُلطة التي تُبنى على علاقة القوة بين المتحاورين، وتظهر على شكل تضاد بين التهديد والإقناع، بمقابل استراتيجية الإغراء التي تُبنى على علاقة الود والانجذاب وتكييف سلوك التقارب بين الطرفين، وأن تحديد هذه التحديات يُعد عاملاً مهماً يسهم في تعقد عملية التواصل بين الأفراد عن طريق الحوار والمحادثة بهدف بناء مُجتمع قائم على تقبل الآخر والاعتراف به.

المبحث الثاني: الذات الاجتماعية وعلاقتها بالتوافق مع التوقعات عند الآخرين.

تُشكل الدافعية إحدى المسارات المهمة في تكوّن مفهوم الذات وإنضاجه، وهي تُسهم في تنظيم السلوك عند الأفراد عن طريق وظيفتها في التكامل بين العناصر الداخلية والخارجية للمتغيرات المتعددة، وهو إطار معرفيّ منظم للمُدركات الشعورية وكذلك التقييمات الخاصة بالفرد، وتعمل الدوافع الداخلية على إيجاد حالة من تأكيد الذات لدى الفرد عبر التفاعل⁽⁶⁾، وعلى الرغم من الثبات النسبيّ لمفهوم الذات إلا أنه بالإمكان تعديله أو تغييره تحت ظروف مُعينة، وسعي الأفراد إلى التعزيز من ذاتهم عن طريق القدرة على الاختيار السليم بين المتغيرات العديدة وفق آليات تتفق مع المعايير السائدة في المُجتمع؛ لأن بناء الذات لا يعني عملية الإضافة فقط إنما هي استبدال وتقويم للبدائل الموجودة أيضاً.

فالإدراك ذو صلة وثيقة بالسلوك، والسلوك يتوقف على كيفية إدراكنا للعالم المحيط بنا من أشياء وأفراد ونظم اجتماعية مختلفة، أي نحن نفسر البنية الاجتماعية المحيطة بنا كما ندركها لا كما هي على أرض الواقع، وكذلك فإن عملية الإدراك تتصف بالتعقيد، إذ نجد أن الأفراد يتصرفون بطرائق غير متوقعة ولأسباب غير معلومة أحياناً، وقد يُكوّن البعض من الأفراد قناعات مُسبقة عن الآخرين في ضوء بعض التوقعات، وقد تكون غير مُسوغة في الغالب، لذا ومن أجل فهم عملية الإدراك، نحتاج إلى فهم دوافع سلوك الآخرين في المواقف الاجتماعية، ومعرفة الأسباب التي تدفعهم إلى ممارسة هذا النمط من التصرف.

والذات الاجتماعية تنمو ضمن المجال الإدراكيّ (Cognitive field) للفرد كنتيجة للنضج ومحاولة تعلم قيم الآخرين والسعي إلى التوافق معها، وتتشكل لدى الفرد الخبرة المطلوبة التي تُساعده في فهم الموقف أثناء تفاعله مع الآخرين، والذات سمة تراكمية مُتغيرة، فالخبرة التي تتفق مع قيم الجماعة ومعاييرها ومع الذات الاجتماعية تخلق راحة وتُجنبنا التوتر، وبالتالي تؤدي إلى التوافق النفسي والاجتماعي مع نمط الحياة في المجتمع، أما الخبرة التي لا تتفق مع الذات الاجتماعية (Social Self) والتي لا تتعارض مع المعايير الاجتماعية، فقد يتوقع الفرد بأنه تهديد، وهي بالتالي تؤدي إلى القلق وعدم استقرار السلوك الاجتماعي (social behavior)⁽⁷⁾، لأن من المهم إيجاد حالة من التوافق بين الذات الاجتماعية والمعايير الاجتماعية (Social standards) والسلوك الاجتماعي، حتى يتمكن الفرد بسلوكه إشباع حاجاته كما يُدركها في مجاله الظاهري^(*)، وتحقيق حالة التوافق وتحقيق الذات أو قد يضطر إلى تعديل سلوكه ليُلبي طموحه واحتياجاته.

ويظهر البعد الاجتماعي للذات أثناء الخطاب بين الأفراد؛ لأنها تتوجه نحو الآخر بشكل قصديّ وبفعل إراديّ وتتكون بذلك علاقة تخاطبية، وعن طريق الكلام الذي هو تلفظ محسوس مُنجز يتمخض عنه الاتحاد مع الآخر أو تُشكل الذات المتلفظة والذات المُتلقظ إليها، وقد يتحول الآخر من مُتحدث في الحوار إلى طرف نتوجه إليه بالخطاب، وعند التخاطب مع الآخر قد نُقيم معه علاقة وارتباط، عن طريق استخدام المُخاطب للغة بعملية إرادية فردية⁽⁸⁾، وبذلك تتشكل الذات الاجتماعية، وكل كلام صادر من الفرد نحو الآخر يحتاج إلى زمان مُعين وفضاء محدد.

ويقوم الأفراد غالباً بمراجعة أدائهم في المواقف (Attitudes) من أجل تعديلها؛ لأن مراجعة الذات مُهمة بالنسبة لهم من أجل التقدم نحو تحقيق الأهداف بعد معرفة أسباب الفشل والنجاح، عن طريق لوم الذات ونقدها للوقوف على مواطن الضعف والقوة، وأحياناً يحتاج الفرد إلى تعزيز ذاته وتقديرها، الأمر الذي يُساهم في تعديل

مسار سلوكه؛ وبالتالي تحقيق التوافق مع الآخرين عن طريق توقع سلوكياتهم في المواقف الحياتية المختلفة⁽⁹⁾، والفرد بحاجة إلى إدارة ذاته بشكل مستمر، والاستخدام الصحيح لها قد يساعده في تحقيق طموحه بأقل جهد وأقل وقت، وهذه الإدارة تكون مع الفرد نفسه ومع الطرف الآخر الذي يُبادله الحوار.

إن الوعي بالذات لا يتضح إلا ضمن إطار الذات الاجتماعية، وأن الاحساس بالذات يتضح عبر تفاعل الفرد مع الآخرين، وعملية الاتصال بين الأنا والآخر تُسهم في بلورة الذات الاجتماعية، من خلال تفاعل العقول كنتيجة لعملية الإيحاء والتقليد (Inspiration and imitation)⁽¹⁰⁾؛ لأن الذات الاجتماعية في الأساس تتعلق بالمُحيطين بنا، وانعكاس الصورة التي تتكون في ذهن الآخرين عنا، تُظهر لنا اعتقاداتهم فينا، وفي ضوء ذلك نبني تصوراتنا عنهم.

والتوافق عملية سلوكية مُعقدة تعكس العلاقة مع المُحيط العام للفرد، بهدف تحقيق التكيف أو التوازن بين المتغيرات التي تطرأ على البيئة المُحيطة، والمُحيط الخارجي هو جزء من المُحيط العام الذي يُحيط بالشخصية ويشمل أيضاً البيئة الاجتماعية (Social environment)، فضلاً عن المُحيط الداخلي الذي يضم الدوافع المُختلفة والحاجات المُتعددة والقيم التي نحملها، والتي بمُجملها تُسميها بالمُحيط العام (The general environment)، ويكون مسؤولاً عن توجيه السلوك وتحديد الخيارات ضمن البدائل وبحسب النُضج المعرفي المُتكوّن عن طريق التفاعل بين هذه المتغيرات التي تُوّطر مسار تفكير الفرد وآلية اختياره في المُجتمع، ويكون باستطاعته الدخول في نقاش عن القضايا المُختلفة ومشاركته الإيجابية عبر الفعل التواصلي الهادف إلى تحقيق أو إشباع غايات معينة، والتوافق الاجتماعي يُمثل حالة الانسجام بين الفرد في علاقته والمُحيط الاجتماعي أثناء تكوين العلاقات الاجتماعية⁽¹¹⁾، وهذا الانسجام يكون بين الأفراد في المواقف والظروف الاجتماعية المُحددة، وهذا يحتاج إلى التكيف مع ما يسود في المُجتمع من قيم وعادات وتقاليد وأفكار دينية، فضلاً عن النُظم السياسية والاقتصادية، الأمر الذي قد يمنح الفرد الشعور بالأمن الاجتماعي.

المبحث الثالث: القيم الاجتماعية مدخل لفهم الإطار الثقافي للمُجتمع.

من المُرتكزات الرئيسية التي تُبنى عليها الحياة الاجتماعية هي القيم (Value)، وترتبط القيم بالمبادئ بحيث تُشكل معايير عامة مُوجهة للسلوك الاجتماعي المُحدد ضمن إطار ثقافة المُجتمع، والقيم تُمثل الغاية التي ينشدها الفرد ويسعى إلى تحقيقها انطلاقاً من مُتطلبات ذاتية أو موضوعية، وهي مجموعة من الأحكام العقلية التي توجه الفرد نحو تحقيق غاياته باتباع نمط سلوكي مُعين ينسجم مع حاجاته ودوافعه، والقيم بمثابة مؤشرات مُهمة على نضج الفرد وفهمه للحياة، وأن الأفراد يتفاعلون اجتماعياً فيما بينهم عبر مُنظومتهم القيمية التي تُحدد مسار التفاعل؛ لأنها تُمثل مرجعية للسلوك⁽¹²⁾. والقيم ليست مُنفصلة عن الواقع الاجتماعي إنما هي ماثلة في الأذهان

وظاهرة للأعيان، وهي نتيجة التأثير المتبادل مع الظروف المجتمعية المتعددة، وإذا ما انفصل الوجود المادي للقيم عن الوجود الذهني تفقد القيم قيمتها، وعندما يعجز الإطار الثقافي أو يفقد القدرة على تحديد القيم والمحافظة على ديمومتها، فإن المجتمع قد ينهار بسبب فقدان حركة التوازن بين حاجات الفرد وطرائق إشباعها.

وُسهم القيم الاجتماعية في تعزيز ركائز الأمن الثقافي (Cultural security) بوصفها تجسد النسيج الاجتماعي الذي يدعم تماسك المجتمع، وتعمل على استقراره بواسطة المثل والمعايير المشتركة والمنفقة بين الأفراد؛ لأنها تمثل البناء الأخلاقي للمجتمع، وتعمل القيم على إيجاد هوية مشتركة بين الأفراد الذين يحسون بالانتماء إليها، وتمثل الضمير الجمعي لهم أثناء مناقشة القضايا المشتركة التي تخصهم جميعاً أو التي تُثير اهتمامهم، لتُجسد بذلك (القيم) مسيرة الماضي وتُعبّر عن الواقع المعاش، وعلى الرغم من نسبتها وتعرضها لتغيير التدرجي إلا أنها تبقى الرافد الرئيس الذي يُحرك السلوك الاجتماعي، وأن منظومة القيم التي يكتسبها الفرد ترتبط بشكل مباشر بالنظم والمؤسسات المجتمعية التي تُغذيها بالمحفزات المطلوبة لتشكيلها وتحافظ على ديمومتها⁽¹³⁾. وأحياناً تتعرض هذه الظروف المجتمعية لمؤثرات داخلية (كالثورات والانقلابات والحراك الاجتماعي) أو لمؤثرات خارجية (كالانفتاح المعرفي والثقافي بين الدول بفضل العولمة) التي تُشوّه منظومة القيم وتدفعها إلى التخلي عن قيم ربما هي صمام أمان المجتمع.

قد تكون الاتجاهات النفسية الاجتماعية وسيلة للتعبير عن القيم التي تتضمن الوقائع المعرفية للأفراد وتفضيلاتهم عند الحكم على الأشياء أو القضايا المحيطة بهم كونها السلطة الداخلية للفرد، وبهذا تظهر لديه خاصية الاهتمام أو الميل تجاه بعض المتغيرات المجتمعية⁽¹⁴⁾، وبالتالي تعمل هذه المنظومة بشكل متكامل في رسم الأهداف المطلوبة للفعل الاجتماعي وعدّها غايات تسعى إلى تحقيقها وفق قاعدة معتقدات .

إن انتقاء الفرد لقيمة معينة من بدائل عديدة بحرية تامة تُسمى بالاختيار الشعوري، عن طريق التعرف على البدائل المتاحة وتوقع عواقب كل بديل ومن ثم الاختيار الحرّ، وبيث في نفس الفرد الشعور بالسعادة والاعتزاز بتلك القيمة وتولد لديه الرغبة في الإفصاح عنها والتمسك بها، شرط أن تتكرر الممارسة الفعلية للقيمة المنتقاة وبصورة مستمرة وفي أوضاع مختلفة وتصبح بمثابة نمط ثابت لديه⁽¹⁵⁾. وتحتاج هذه العملية إلى تكاتف مؤسسات عديدة (الأسرة، والمدرسة، ودور العبادة، والجماعة المرجعية، ووسائل الإعلام فضلاً عن الظروف المجتمعية)، والجماعة المرجعية تُشبع حاجات الفرد ودوافعهم الاجتماعية وهي المحك لتقييم سلوك الفرد وإكسابه قيماً جديدة، أما الظروف المجتمعية فهي مُعطيات تُصاحب المرحلة الحضارية وتعكس مسيرة المجتمع التاريخية.

وهكذا يُمكن عدّ القيم موجهاً أساسياً لسلوك الفرد الاجتماعي، تقودنا إلى تفضيلات معينة سياسية أو دينية، ونُحفزنا إلى اختيار قيم بعينها بوصفها الأنسب أو الأكثر ملاءمة لنا في تحقيق أهدافنا وبحسب قدراتنا العقلية،

وتقديم أنفسنا للآخرين وتقبلهم أثناء التفاعل الاجتماعي، وتفحص مدى مطابقتها لسلوك الآخرين مع القيم التي نؤمن بها؛ لأن مع تكوّن القيم المرغوبة لدينا سيظهر لنا المعيار الذي نُقيم به أهدافنا، وإذا ما دخل الفرد في صراع مع نفسه أثناء عملية اختيار القيم المرجوة أو التي تُلبّي حاجاته، فإن القيم نفسها يُمكن أن تعمل بوصفها مُخطأً أو خارطة طريق لحلّ تلك الصراعات واتخاذ القرار المناسب⁽¹⁶⁾، بعد التواصل مع الآخرين ومناقشة القضايا التي يُثار عنها الجدل بين قيم الفرد وسلوكه في المُجتمع، وفي الغالب فإنّ الفرد يُعدّل سلوكه من أجل التوافق مع القيم التي يؤمن بها، وبهذا قد تكون مانعة لبعض المُشكلات النفسية والاجتماعية التي سببها الصراع وعدم التوافق بين القيم ومظاهر السلوك.

لذا فإن للقيم خاصية ذاتية تتعلق بالطبيعة النفسية والاجتماعية للفرد تشمل ميوله وعواطفه، يُعبر عنها بشكل الرغبة والاعتقاد، وتحمل القيم بُعداً عاطفياً فضلاً عن البُعد المعرفي، في حين أن الخاصية الموضوعية للقيم تكون خارجة عن الذات الفردية وتجسيدها، وتكون في حالة من التأثير المُتبادل مع الإطار الاجتماعي للفرد⁽¹⁷⁾، مع العلم أن القيم تختلف من ثقافة إلى أخرى ومن زمان إلى آخر، وقد تختلف عند الفرد نفسه بسبب الحاجة والموقف الذي هو فيه، فالقيم أداة تقويم السلوك، والتقويم في الأساس عملية اجتماعية ثقافية.

أبرز نتائج البحث:

إن البحث عن الخارطة الأبستمولوجية للمجال العموميّ علاقتها بالسلوك الاجتماعي دفعنا إلى الاهتمام بمفهوم الميدياتيكية، وجعلنا نركز في بحثنا على الاتصال والتواصل بين الأفراد ولكن من زاوية أخرى جديدة، الأمر الذي مكّننا في نهاية المطاف من تحديد الآلية الاجتماعية التي توطّر الفعل الاجتماعيّ وكيفية تأثيره على بُنية بقية الانساق في المُجتمع، واعتمدنا في هذا البحث أسلوب تحليل الفعل الاجتماعيّ من الداخل والخارج، فجاء الاهتمام بالبواعث والدوافع التي تكوّن لدى الفاعل وبيان الأسباب التي تدفعه لذلك، والبواعث شقان، شق الدوافع وشق الأهداف، والكيفية التي تمارسها لتحريك الفعل والوصول إلى الأهداف المرجوة، لأن الوقوف عند حد المُثير والاستجابة لا يمكن أن يمدّنا بالتفسير المطلوب لكل أشكال الأفعال عند الأفراد، وتوصلنا إلى النتائج الآتية:

4. تُعبر الأفعال عن الحاجات ضمن الحدود المُنوَّحة للفرد في البيئة الاجتماعية، وبالتالي عدم وجود فعل بدون فاعل. وكان هذا تحليلنا للفعل من الداخل.

5. الفعل الاجتماعيّ كيان وبناء ذو بنية منظمة، يَنتظم على شكل موقف يتبناه الفاعل، ويحمل البواعث والأهداف والرغبات والمخاوف والافتراضات والاعتقادات، لأن الفاعل في الأساس هو كائن حي ذو سمة مميزة، لذا فإن الفعل له بُعد حيويّ وإن لم يُدرك ذلك. وكان تحليلنا للفعل الاجتماعيّ من الخارج.

6. الفعل تكوين يتضمن عناصر عديدة مُنظمة يدخل في تفاعلات مع الآخرين ويُكون أواصر وعلاقات اجتماعية، يُمكن ضبطه والتحكم في مساراته بحيث يمكن إعادة توجيهه، وهذا الفعل يحتاج إلى بيئة مكانية وفترة زمنية محددة الظهور.
7. نتائج هذا الفعل قد تكون مادية (ظاهرية) أو معنوية (ذاتية) لدى الفاعل أو الآخر الموجه إليه الفعل، والأفعال قابلة لإعادة الإنتاج في المُجتمع، لذا لا الفاعل يحيا وحيداً ولا الفعل يظهر متفرداً.
8. للفعل شبكة من الامتدادات في البيئة الاجتماعية وأهم خط في هذه الشبكة هو خط العلاقة بين الفعل وأهدافه المُتحققة (المباشرة منها وغير المُباشرة).
9. يؤثر الفعل على درجة التماسك المُجمعيّ، لأن له وظيفة تكيفية مع البيئة المُحيطة، خاصة أن هناك أفعال تتولد كاستجابة لحدث ما وهي ذات طابع دفاعيّ، وأخرى ذات طابع هجوميّ هادف لتحقيق غايات معينة.

Abstract**The nature of the relationship between media and social behavior / analytical study****By Khalid Mahmoud Hamy****And Thanaa Mohammed Salih****And Ahlam Ahmed Jumma**

The increasing interest in social media and its role in the various social issues, considering that the social act is dependent on the communication functions offered by the social networks currently, so that the Internet, for example, to build the reality of living for individuals, and through interaction and build bonds and discuss issues related And the restructuring of the cognitive map of the individual and highlight its vital role in the embodiment of the reality of the pension and its direct impact on the behavior of the individual, the objectives of this research are summarized by the following points:

1. Identify the dimensions of the media in society.
- 2 .Try to understand the cultural framework that is the component of social values in society.
- 3 .Statement of the level of influence of communication channels on social motivation in individuals.
- 4 .Know the nature of the relationship between the social self and the compatibility with the expectations of others.

We reached the following important results:

- 1 .Acts express the needs within the limits given to the individual in the social environment, and we find that it is an entity and building with an organized structure, organized in the form of a position adopted by the actor, and carries the motives and goals and desires, fears and assumptions and beliefs, because the actor is essentially a living organism has a distinctive feature, The act has a vital dimension, even if it does not realize it.
- 2 .The act of composition includes many elements of an organization that enters into interactions with others and has bonds and social relations, can be tuned and controlled in its paths so that it can be redirected, and this act needs a spatial environment and a specific time period appearing.
- 3 .The results of this act may be physical (physical) or moral (subjective) of the actor or other directed by the act, and the actions are reproducible in society, and has a network of extensions in the social environment and the most important line in this network is the line of relationship between the act and its objectives achieved.

مراجع البحث:

- (* الميدياتيك: تعني كل تقنيات الاتصال الحديثة والمتضمنة لشبكات الانترنت التي توظف في الإعلام الاجتماعي عن طريق استثمار التكنولوجيا في إنتاج المعلومة ونقلها، لخلق فضاء عمومي حر تُستثمر في زيادة التفاعل القائم بين الأفراد في مجتمع المعرفة.
- (1) عبد الله الزين الحيدري، الإعلام الجديد (النظام والفوضى)، دار سحر للنشر، تونس، 2012، ص 96.
- (2) صالح خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، دار الشروق للنشر والتوزيع، مصر، 1999، ص 217.
- (* المرسل هي الجهة التي تتحكم في عملية الاتصال عن طريق إرسال الرسالة بطريقة ما، والمستقبل هي الجهة التي تستقبل الرسالة من الطرف الأول ولا يكون مُتحكماً في عملية الاتصال مثل الطرف الأول، أما الرسالة فقد تكون كلمات أو إشارات تُرسل إلى المُستقبل عبر عملية الاتصال، وقناة الاتصال هي الأداة التي يتم من خلالها نقل الرسالة وتحقيق الغاية المطلوبة من العملية، أما ردة الفعل فهي الرد على الرسالة المُرسلة من الطرف الأول إلى الطرف الثاني، والتي تعتمد على نوع الرسالة ووضوح معناها، وبالتالي إدراك الطرف الثاني وهي بمثابة الاستجابة الطبيعية لهذه العملية.
- (3) نجلاء محمد جابر، دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري، دار المُعزّز للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 108.
- (* إن من السياسات المُتبعة لتوجيه الجماهير هي توجيه الخطابات التي تُروج لأفكار مُعينة بطريقة لا تبدو فيها أنها تُروج لها، وقد تتبع عملية الترويج بشكله الأكثر تأثيراً عن طريق الصور مثل ما يفعل الإعلام في الجماهير، والصور هي أكثر الوسائل تأثيراً في نفس المُتلقي. وللمزيد عن هذا الموضوع يُمكن مراجعة المصدر الآتي: غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ط1، ترجمة: هاشم صالح، دار الساقى للنشر، لبنان، 1991.
- (4) أبو النجا محمد العُمري، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، دار العلوم للتحقيق والطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 24.
- (5) Bourdieu, what dose speaking mean?, Revue S. Humanizes , H.S., NO.16, 1997, P32.
- (6) Kevin Durkin, Developmental Social psychology : From Infancy to Old Age, Edition 2, Black Well, Oxford, UK, 2003, P99.
- (7) أحمد محمد الزبادي و هشام الخطيب، مبادئ التوجيه والإرشاد النفسي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص 51.
- (* المجال الظاهري: هو الحيز الشعوري للفرد، ويتضمن مُدركاته الشعورية؛ لأن الأفراد يتفاعلون مع بعضهم البعض في المجال الظاهري لهم، ويُعد من وجهة نظرهم الحقيقة الواقعية التي يؤمنون بها.
- (8) محمد مُعز جعفرورة، الذات والآخر، دار الكتب العلمية، لبنان، 2016، ص 25.
- (9) عبد الرحمن أحمد سيف، تطوير الذات، دار المُعزّز للنشر والتوزيع، الأردن، 2018، ص 17.
- (10) أحمد محمد الزعبي، أسس علم النفس الاجتماعي، دار الحرف العربي للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، 2010، ص 46.
- (11) صلاح الدين أحمد الجماعي، الاغتراب النفسي الاجتماعي وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 78-80.
- (12) سامي محسن الختاتنة و فاطمة عبد الرحيم النوايسة، علم النفس الاجتماعي، دار الحامد للنشر، الأردن، 2011، ص 264.
- (13) محمد بوراكي، القيم الثقافية وإشكالية الهوية الوطنية في الجزائر بعد الاستقلال، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003، ص 34-36.
- (14) نصر الدين جابر، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص 163.
- (15) مُراد زعيمي، علم الاجتماع: رؤية نقدية، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، الجزائر، 2004، ص 183.
- (16) سُهير كامل أحمد، علم النفس الاجتماعي بين التنظير والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2002، ص 190.
- (17) خليل عبد الرحمن المعايطه، علم النفس الاجتماعي، ط2، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، 2007، ص 180.