

**الشباب ومجتمع المعلومات**  
**دراسة لعملية التداول المعلوماتي بين الشباب في مدينة الجيزة**  
**د. شريف محمد عوض<sup>(\*)</sup>**

**الملخص**

سعت هذه الدراسة إلى تقديم تحليل سوسيولوجي لعمليات تداول المعلومات فيما بين الشباب، وذلك بغرض الإجابة على تساؤل رئيسي مؤداه: كيف يتداول الشباب المعلومات فيما بينهم عبر المجتمع المعلوماتي؟ إضافة إلى محاولة رسم صورة تقريبية لأوضاع الشباب مستقبلاً في مجتمع المعلومات، وهل ستقتصر أدوار الشباب على نشر المعرفة في هذا المجتمع فقط؟ أم أنهم سوف يسهمون في إغناء المحتوى الرقمي لهذا المجتمع؟ ومن هذا المنطلق تنتمي هذه الدراسة إلى نمط البحوث التفسيرية التي تسعى بشكل أساسي إلى رصد طبيعة المعلومات المتداولة بين الشباب، والوقوف على أنماطها وأشكالها، والبحث في آليات تشكلها عبر الفضاء المعلوماتي.

\* دكتوراه في الفلسفة، أستاذة في جامعة القاهرة، مصر.

**Youth and Information Society:**

## **Study of the Process of Circulation of Information between Youth in the City of Giza**

**Sherief Awad**

### **Abstract**

This study aimed to provide a sociological analysis of the operations of the circulation of information among youth , In order to answer the main question which is How does the youth use the circulation of information among them through the information society? In addition to that trying to draw a rough picture of the situations of youth in the future in information society ,It will be closed on roles of youth to carried the knowledge in this community only? Or whether they will contribute to the enrichment of digital content to this society? From this point this study belong to the pattern of interpretative research, which seeks mainly to monitor the nature of the traded information among youth, and stand on the patterns and forms, and research on the mechanisms formed through cyberspace.

1- مقدمة في موضوع الدراسة:

يعتبر مجتمع المعلومات نظامًا اقتصاديًا واجتماعيًا، تشكل المعرفة والمعلومات مصدرًا أساسيًا فيه، الأمر الذي دفع البعض إلى تقسيم العالم - على أساس المعرفة - إلى مجتمع منتج للمعرفة وآخر مستهلك لهذا المنتج المعرفي. والاهتمام بالمعلومات ليس ظاهرة جديدة، وإنما اقترنت هذه الظاهرة بالبداية الأولى لخلق الإنسان، عندما أصبح وجوده معتمدًا عليها.

وقد أخذ الاهتمام بالمعلومات يتصاعد؛ مع تصاعد حركة التقدم البشري في مجالات الحياة المختلفة، العلمية والصناعية والعمرائية... إلخ. وازدادت الحاجة إليها بشكل كبير بعد الثورة الصناعية؛ بسبب ما رافقها من تطورات هائلة في مختلف المجالات والميادين. فمنذ تسعينيات القرن الماضي يشهد العالم مناقشات خصبة وجادة حول الطريقة المثلى للتعامل مع ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، خاصة وأن التطورات الجارية تبشر بمستقبل جديد على مستوى الإنجاز المادي والتقدم التكنولوجي، ومراكز البث الإلكتروني، وبرامج التنفيذ في مجالات الإدارة والعمل الوظيفي. وكان من نتيجة تلك التطورات أن انتشرت مصطلحات جديدة مثل: مجتمع المعرفة، ومجتمع المعلومات، ومجتمع الاستهلاك، وما بعد الحداثة، وما بعد المجتمع الصناعي. وعلى هذا الأساس أصبحت المعلومات تمتلك الأثر الأكبر في مجمل حياتنا المعاصرة<sup>(1)</sup>.

ومع الاهتمام المتزايد بالمعلومات خلال العقد الأخير من القرن العشرين، أضحت موضوعًا تتناوله المؤسسات الأكاديمية بشتى مناحي الفكر الإنساني: كالفلسفة، واللغويات، وعلوم الحاسوب والمعلوماتية، والإلكترونيات وهندسة الاتصالات، وعلوم الإدارة، والعلوم الإنسانية بمختلف ميادينها المتفرعة. ومن ثم كان ذلك دافعًا لدى الباحث لتقديم إسهام سوسيولوجي يتكامل مع هذه الرؤى.

ولا يخفى على أحد أن مسألة بناء مجتمع المعلومات تأتي في مقدمة أولويات المجتمعات والحكومات في جميع أنحاء العالم في القرن الحادي والعشرين. وأكبر دليل على ذلك انعقاد مؤتمر قمة عالمي لمناقشة هذه المسألة، وذلك على مرحلتين: الأولى انعقدت في جنيف عام 2003، والثانية انعقدت في تونس في عام 2005. وتكتسب مسألة بناء مجتمع المعلومات بالنسبة للشباب أهمية إضافية، فمن الطبيعي أن نتساءل: أين الشباب من مجتمع المعلومات؟ وذلك من منطلق أن شريحة الشباب هم أكثر الشرائح العمرية تفاعلًا مع مجتمع المعلومات وأكثرهم ارتباطًا به، وأكثرهم فهيمًا لثقافة هذا المجتمع بكل تفاصيله المعرفية<sup>(2)</sup>.

## 2- مشكلة الدراسة:

أدى التطور السريع والهائل في وسائل الاتصال إلى اتساع رقعة انتشارها، وتزايد تأثيرها في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع، وظهرت خطورة الدور الذي

تلعبه في الحياة الاجتماعية للفرد والمجتمع على السواء، ولم تعد أداة لنقل المعلومات فقط؛ بل أصبحت من العوامل المؤثرة في أفكار واتجاهات وسلوك الشباب عن طريق الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الاتصال المختلفة، والتي تعد أهم العناصر التي تركز عليها عملية الاتصال<sup>(3)</sup>.

كما أصبحت المعارف والمعلومات - اليوم - أكثر انتشاراً وتزايداً؛ إذ تشير الدراسات الحديثة إلى أن السنوات العشرة الأخيرة شهدت كمّاً من المعلومات يعادل كافة المعلومات التي أنتجتها البشرية على مدى القرون المنصرمة. كما تشير الأدبيات إلى أن إحدى سمات مجتمع المعلومات تتمثل في القدرة على النفاذ إلى المعلومات وسهولة تداولها<sup>(4)</sup>.

إلا أن عملية تداول المعلومات لا تعني مجرد نقل المعلومة من مرسل إلى مستقبل، ومن ثم نشرها، تلك هي الرؤية الضيقة للتداول؛ حيث إن التداول أوسع من ذلك بكثير، ويصعب فهمه دون النظر إلى من يتداولون المعلومات فيما بينهم باعتبارهم فاعلين Agents مساهمين في مجتمع المعلومات ومنتجين بصورة أو بأخرى، عن قصد أو غير قصد<sup>(5)</sup>. فالشباب الذين يتداولون المعلومات فيما بينهم، يملكون قدرات متباينة في استقبال المعلومات والإضافة إليها وتفسيرها وتوظيفها وتنويع استخدامها وتجديدها ومن ثم إعادة تشكيلها، وهذه الممارسات ترتبط بحيز اجتماعي واقعي وآخر افتراضي.

ومن ثم فالمعلومات التي يتم تداولها ليست مجرد انتقال بسيط من فرد إلى آخر، ولكنها في جوهرها عملية معقدة؛ حيث إن الفرد الأول الذي حصل على المعلومة قد يضيف إليها أو يحذف منها، أو ربما تولد لديه فكرة جديدة، كما تتدخل عوامل كثيرة تحدد انتقالها وتداولها مرة أخرى. فالتداول يمر عبر دورة حلزونية متعددة الحلقات لا تنتهي، يمكن تمثيلها في أسئلة كثيرة: من أنتج هذه المعلومة؟ ولماذا؟ وكيف تداولها؟ وعبر أي وسيلة؟ ومن استقبلها؟ وكيف استقبلها؟ ومتى بدأ المستقبل في إعادة تداولها؟ وهل أضاف إليها أم حذف منها؟ ولماذا أضاف أو حذف؟ وهل استخدم نفس وسيلة استقبالها؟ أم استبدل الوسيلة بأخرى؟ وهل تداولها مباشرة؟ أم ظلت في استحواده فترة زمنية معينة؟ وما مدة هذه الفترة؟ وهل تدخلت ظروف معينة أو مواقف محددة في استدعاء هذه المعلومة؟ وهكذا... لذا فعملية التداول ليست بالبساطة المتوقعة، فالتداول أشبه بالنهر الذي تتدفق فيه مياه جارية من المعلومات، تبرز فيه إبداعات الفرد والجماعة<sup>(6)</sup>. حيث إنه أحياناً كثيرة يبدأ تداول المعلومات فردياً ثم يتحول إلى تداول جماعي وربما العكس.

وهناك طرق كثيرة يستخدمها الشباب لتداول المعلومات فيما بينهم، ومن أبرز هذه الطرق: البريد الإلكتروني E.mail، والرسائل القصيرة عبر الموبايل SMS، أو استخدام تقنية البلوتوث Bluetooth أو الانفرا Enfra، والدرشة Chatting سواء الكتابية أو الصوتية، وأحياناً من خلال تبادل الاسطوانات CD.I، CD.Room،

هي الأخرى ابتدعت العديد من طرق نقل المعلومات لعل أبرزها شريط المعلومات. ومن جانب آخر، فالمتمأل في مضمون المعلومات المتداولة بين الشباب يجد أن هناك ثمة محركات لتداول معلومة دون أخرى، فهناك معلومة دينية وثانية سياسية وثالثة ترفيهية... وهكذا، إلا أن هذا التتميط يعد هو الأسهل والأوضح؛ حيث إن المدقق في نوعية المعلومات المتداولة يكتشف أن هناك أهدافاً محددة تبدو كأمينة يسعى ناقل المعلومة إلى تحقيقها. ومن ثم فالمتمأل المدقق في طبيعة المعلومات المتداولة بين الشباب يجد أن هناك خطاباً ثقافياً وسياسياً واجتماعياً ضمناً متبادلاً، وأحياناً يصبح جنسياً وترفهيياً، وأحياناً أخرى يكون خطاباً دينياً... إلخ. ومن هنا نكتشف أن تداول المعلومات ليس بالعملية السهلة، أو بمعنى محدد يعد عملية معقدة تتطلب وسائل وأدوات ووعياً بالقنوات والمسارات التي من خلالها تتداول هذه المعلومات، كما أن هناك ليساً بحاجة إلى استجلاء، خاصة فيما يتعلق بعملية انتقاء الشباب لمعلومات معينة واتخاذ القرار بتداولها دون غيرها، هذا بالإضافة إلى أن عملية التداول نفسها تتم عبر فضاء معلوماتي Cyber Space واسع لم يعد ملكاً لأحد، ولا يستطيع أحد أن يوجه مسارته، ومن ثم نتوقع أن يكون مجالاً خصباً للتعبير عن الرأي دون قيود، بمعنى آخر: إن المعلومات المتبادلة ربما تعكس الواقع الاجتماعي والسياسي الذي نعيش فيه.

ورغم الجدل الدائر حول فكرة تداول وإعادة إنتاج المعلومات فيما بين الشباب - كما سبق طرحه - إلا أنه لم يهتم أحد من المفكرين والباحثين ببحث وتتبع مسار تشكل تلك المعلومات وتداولها بين الشباب عبر مجتمع المعلومات، وإنما انشغل الكثير منهم بمناقشة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بوصفها محركاً للتغير الاجتماعي والثقافي في المجتمع<sup>(7)</sup>. كما انشغلت أغلب الدراسات الميدانية بدراسة العلاقة بين الخصائص الديموجرافية واستخدام الإنترنت، أو التركيز على استخدامات الإنترنت وتأثيراته - وبالتحديد السلبية - دون الالتفات إلى فهم الجانب المعلوماتي في استخدام الإنترنت<sup>(8)</sup>.

وبناءً على ذلك؛ تتناول هذه الدراسة علاقة الشباب بمجتمع المعلومات فيما يتعلق بطرق الحصول على المعلومات وآليات تداولها. ومن ثم تتحدد مشكلة الدراسة في تساؤل محدد: كيف يتداول الشباب المعلومات فيما بينهم عبر المجتمع المعلوماتي؟

### 3- أهمية الدراسة:

تتخصر أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

- 1 - تقديم فهم دقيق لعمليات تداول المعلومات بين الشباب؛ حيث تطمح الدراسة إلى تقديم فهم أكثر اتساعاً وشمولاً من الرؤية المجزأة - كما يشير أحمد زايد<sup>(9)</sup> - التي يقدمها تراث المشكلات الاجتماعية. فدراستنا ليست دراسة

- لمشكلة اجتماعية بالمعنى السائد في الدوائر السوسيولوجية، وإن كانت عمليات تداول المعلومات من الممكن أن تكشف عن الكثير من المشكلات، إلا أن هذه المشكلات ليست هدفنا وليست غاية تحليلنا.
- 2 - تطمح الدراسة أن تقدم تحليلاً وتفسيراً وتأييلاً لبعض المعلومات المتداولة بين الشباب أكثر من ركونها إلى الوصف.
- 3 - تتيح دراسة تداول المعلومات فيما بين الشباب فرصاً أكبر للتعرف على نمط التفاعل الاجتماعي والثقافي للشباب مع مجتمع المعلومات.
- 4 - تساهم هذه الدراسة في تقديم تحليل سوسيولوجي لعمليات تداول المعلومات فيما بين الشباب، وذلك بغرض سد فجوة وقصور واضح في الدراسات التي تناولت مجتمع المعلومات، ولم تلتفت إلى الجانب المعلوماتي وإنما انشغلت بالجانب التكنولوجي.
- 5 - يمكننا من خلال تدارس هذا الموضوع أن نقف على العديد من القضايا الآتية:

- تصنيف الشباب في تعامله مع مجتمع المعلومات.
- المعلومات الأكثر تداولاً.
- الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي.
- طموحات وآمال ومشكلات الشباب.
- لغة ومفردات خطاب الشباب داخل مجتمع المعلومات.

#### 4- أهداف الدراسة:

يحدد الهدف الرئيسي - لهذه الدراسة - في فحص العلاقة بين الشباب وبنية مجتمع المعلومات، من خلال تتبع مسار تشكل المعلومات وطرق الحصول عليها وتداولها بين الشباب عبر مجتمع المعلومات، كما أننا في هذه الدراسة بحاجة إلى تحديد موقع الشباب من مجتمع المعلومات وموقفهم تجاهه، بحيث يساعدنا ذلك كله في رسم صورة تقريبية لأوضاع الشباب مستقبلاً في مجتمع المعلومات، وهل ستقتصر أدوار الشباب على نشر المعرفة في هذا المجتمع فقط؟ أم أنهم سوف يساهمون في إغناء المحتوى الرقمي لهذا المجتمع؟

ويمكننا بلورة أهداف الدراسة في العناصر الآتية:

- 1 - التعرف على طبيعة المعلومات المتداولة بين الشباب وأنماطها.
  - 2 - الكشف عن مصادر الحصول على المعلومات بين الشباب.
  - 3 - الوقوف على آليات تداول المعلومات بين الشباب.
  - 4 - الوقوف على أهم المعوقات التي تحد من عمليات التداول المعلوماتي.
- 5 - تساؤلات الدراسة:

وتتجسد مشكلة الدراسة بالتحديد في التساؤلات الآتية:

- 1 - ما نظرة الشباب للمعلومات؟ وما مدى أهمية المعلومات في توزيع فرص الحياة؟
  - 2 - كيف يحصل الشباب على المعلومات؟ وما مصادر الحصول عليها؟
  - 3 - كيف يتداول الشباب المعلومات فيما بينهم؟ وما وسائل تداولها؟
  - 4 - ما نمط المعلومات المتداولة بين الشباب؟ وكيفية التعامل معها؟
  - 5 - هل تختلف الموضوعات المتداولة فيما بين الشباب باختلاف النوع والخصائص الاجتماعية؟
  - 6 - هل هناك معلومات معينة يحجبها الشباب عن بعضهم البعض؟ ولماذا؟
  - 7 - هل هناك ثمة قيود تحد من عمليات تداول المعلومات فيما بين الشباب؟
- 6 - المفاهيم الأساسية:  
تقوم هذه الدراسة على استخدام أربعة مفاهيم أساسية:

### 1-6 الشباب:

تعددت التعريفات المتعلقة بمصطلح الشباب، ففي اللغة يعنى المصطلح: (البلوغ وعدم الوصول إلى مرحلة الرجولة). ويعرفه قاموس "فرتشيلو" بأنه: يبدأ بمرحلة البلوغ وحتى تمام النضج، وقد يضاف إلى ذلك مرحلة الطفولة المتأخرة، وتقع مرحلة الشباب في الفئة العمرية من 15- 25 سنة<sup>(10)</sup>. كما يعرف الشباب في المعجم الوسيط بأنه: "من يدرك سن البلوغ إلى سن الرجولة، والشباب يعنى الحداثة، وشباب الشيء أوله". بينما يشير مختار الصحاح إلى الشباب بأنه "الشباب جمع شاب وهو أيضا للحداثة وكذا الشبية وهي خلاف للشيب". أما المصباح المنير فيقول: "شب الصبى يشب" من باب ضرب شباب شبية وهو شاب وذلك قبل سن الكهولة، ويعنى النشاط والقوة والسرعة، قيل "شبت الناس تشب". ويشير معجم العلوم الاجتماعية في تحديده لمصطلح الشباب بأنه يقصد به عادة: "الأفراد في مرحلة المراهقة، أى الأفراد بين مرحلتى البلوغ الجنسي والنضج أحياناً - ويستعمله بعض العلماء من أمثال (جازل) ليشمل المرحلة من العاشرة حتى سن السادسة عشرة - إلا أن الفترة التى تنتهى فيها مرحلة الشباب غير محددة، وقد قيدها البعض إلى سن الثلاثين"<sup>(11)</sup>.

ويحدد البعض الشباب بأنهم: "هم الذين يتابعون الدراسة فى المدرسة ولم يدخلوا الحياة العملية بعد، وكذلك لم يتحملوا أعباءً عائلية". كما يعرف الشباب فى موضع آخر بأنه: "فترة العمر التى تتميز بالفاعلية والنمو، يمر فيها الشباب بمراحل حيوية من النمو الذهني والاجتماعي والبدني"<sup>(12)</sup>. والشباب فترة زمنية تبدأ من السادسة عشرة حتى الخامسة والعشرين؛ باعتبار أن هذه الفترة هى التى يكتمل فيها النمو الجسمي والعقلي؛ بحيث يصبح الفرد قادرًا على أداء وظائفه المختلفة<sup>(13)</sup>. وذهب بعض علماء النفس إلى أن مرحلة الشباب تمتد من المراهقة إلى الرشد تسبقها مراحل وتليها مراحل أخرى، لذا فهى تتأثر بما قبلها وتؤثر فيما بعدها. ويرى هؤلاء

أنها مرحلة تستغرق التعليم الثانوي والتعليم الجامعي، أي إنها تمتد من 12 إلى 25 سنة<sup>(14)</sup>. هذا وتعتبر - في رأيهم - مرحلة الرشد - نهاية مرحلة الشباب - ذروة الإنتاج، وتتمثل في السن التي تمتد من 21 إلى 40 سنة.

بذلك نجد أن الشباب شريحة عمرية لها بنيتها البيولوجية والسيكولوجية الخاصة التي تتضمن دوافع وحاجات محددة، ولذلك فهي لها موقعها في بناء المجتمع، بالنظر إلى الشرائح العمرية الأخرى، إضافة إلى كونها شريحة رأسية تقطع البناء الاجتماعي بطبقاته الاجتماعية وتجمعاته وسياقاته المتباينة، بيد أنهم كشريحة عمرية مثلما أن لهم انتماءاتهم إلى سياقاتهم الاجتماعية والطبقية، فإن لهم انتماءاتهم إلى ذات الشريحة وبنيتها؛ حيث نجدهم يبرزون ذات الخصائص تقريباً. واستناداً إلى ذلك يتأكد وجود نوع من التجانس داخل الشريحة الشبابية بغض النظر عن انتماءاتها الاجتماعية المتنوعة، ذلك يتحقق إذا تعرفنا على طبيعة مكونات الشخصية الشابة؛ إذ يكشف تأمل بناء الشخصية الشابة عن تضمنها لأربعة مكونات أساسية، لعل أبرزها مكونان: يعد المكون البيولوجي هو المكون الأول في بناء الشخصية الشابة، وهو عنصر قاعدي لا يختلف فيه الإنسان عن الحيوان<sup>(15)</sup>، ويشكل المكون الاجتماعي العنصر الثاني في بناء الشخصية الشابة؛ حيث يسعى الشاب إلى التفاعل مع الآخرين، وإذا كانت الشخصية الشابة هي الحالة الأكثر اقتراباً من البالغين، إلا أنها شخصية لم يكتمل بناؤها بعد<sup>(16)</sup>. وفي إطار ذلك لا يكون مفهوم الشباب مجرد مرحلة عمرية فحسب، وإنما يصبح كذلك وضعاً أو حالة تعبر عن الحيوية والنشاط والديناميكية والحراك، وبدون مثل هذا الجانب الأخير يصبح مفهوم الشباب استاتيكيًا محصوراً في فئة عمرية دون أن يعبر عن الخصائص المميزة لها<sup>(17)</sup>.

## 6-2 مفهوم المعلومات:

إن المعلومات هي أساس المعرفة، فالمعرفة التي هي أساساً مجموعة المعاني والمعتقدات والأحكام والمفاهيم والتصورات الفكرية، التي تتكون لدى الإنسان نتيجة لمحاولات متكررة لفهم الظواهر والأشياء المحيطة به، تمثل حصيلة أو رصيد خبرة ومعلومات ودراسة طويلة يملكها شخص ما في وقت معين، ويختلف بذلك رصيد المعرفة لدى الشخص الواحد من وقت إلى آخر بحصوله على تقارير جديدة من المعرفة والخبرة. وكلمة "معلومات" Information أصلها في اللغة اللاتينية هو كلمة Informatio التي تعني شرح أو توضيح شيء ما، وتستخدم الكلمة كفحوى لعمليات الاتصال؛ بهدف توصيل الإشارة أو الرسالة التي هي المعلومة والإعلام عنها، كما تتصل الكلمة بأي فحوى تفاعل بشري بين فرد وجماعته أو بين مجموعة وأخرى، في حين أن كلمة "معلومات" في اللغة العربية مشتقة من كلمة "علم"، وترجع كذلك إلى كلمة "معلم" أي الأثر الذي يُستدل به على الطريق<sup>(18)</sup>.  
وكلمة "معلومات" في اللغة مشتقة من مادة لغوية ثرية هي مادة (ع ل م)،

وتدور معاني مشتقات هذه المادة في نطاق العقل ووظائفه، فمن معاني مشتقات هذه المادة اللغوية ما يتصل بالعلم أى إدراك طبيعة الأمور، والمعرفة أى القدرة على التمييز، والتعليم والتعلم والدراية والإحاطة واليقين والوعي والإعلام، وفى ضوء ذلك يمكننا القول بأن المعلومات حالة ذهنية، ومن ثم فإنها المورد الذي بدونه لا يمكن للإنسان استثمار أي مورد آخر. وعليه؛ فإن المفهوم الاصطلاحي لكلمة (معلومات) وبما يتوافق مع (عصر المعلومات) الذي نعيشه اليوم ينص على ( أن المعلومات سلعة يتم فى العادة إنتاجها أو تعبئتها بأشكال متفق عليها، وبالتالي يمكن الاستفادة منها تحت ظروف معينة فى التعليم والإعلام والتسليية، أو لتوفير محفز مفيد وغني لاتخاذ قرارات فى مجالات عمل معينة). والمعلومات تأتي من الخبرة، أو الملاحظة أو البحث أو التفاعل أو القراءة... إلخ، ويستلزم وجود المعلومات توافر وعاء يحويها وهو ما يطلق عليه الوثيقة أو مصدر المعلومات بأشكالها وأحجامها المختلفة<sup>(19)</sup>.

ويشير حسن مكوى إلى أن المعلومات هى البيانات التى تمت معالجتها لتحقيق هدف معين أو لاستعمال محدد، أو لأغراض تتعلق باتخاذ القرارات، أى إنها بيانات أصبحت لها قيمة بعد أن تم تحليلها، أو تفسيرها، أو تجميعها فى شكل ذى معنى، ويمكن تداولها وتسجيلها ونشرها وتوزيعها فى صورة رسمية أو غير رسمية وفى أى شكل<sup>(20)</sup>.

وهناك من يشير إلى أن المعلومات: عبارة عن الحقائق والمفاهيم والمعارف التى يمكن أن تفيد فى القيام بعمل من الأعمال أو فى اتخاذ قرار من القرارات، ولذلك يربطها الكثيرون بالممارسات الحياتية<sup>(21)</sup>. وتستمد المعلومات من مصادر مطبوعة كالكتب والمجلات والبحوث والتقارير والدراسات، ومصادر غير مطبوعة كالمواد السمعية البصرية، المصغرات الفليمية، والخرائط، والصور، والتسجيلات الصوتية، والأفلام... وغير ذلك<sup>(22)</sup>.

وتعتبر الغالبية العظمى من المعلومات فى الدول الصناعية اليوم معلومات إلكترونية، فالنص يتكون فى معالجات الكلمات ويخزن فى ذاكرة أجهزة الحاسب الآلى، وينقل عن طريق الشبكات المحلية وخطوط الهاتف والأقمار الصناعية، ويسجل على الطابعات وأجهزة الفاكسميلى ومراقبات أجهزة الحاسب الآلى، ويتم التقاط الصور والأصوات بالكاميرات والمساحات والميكروفونات، وغيرها من أجهزة الاستشعار، وتخزن على شريط أو قرص، وتذاع على الهواء أو من خلال كوابل محورية أو ألياف ضوئية، وتعرض على التليفزيون أو شاشات أجهزة الحاسب الآلى أو تسمع من الإذاعة، ويتم الحصول على البيانات والإشارات الصوتية عن طريق الأسلاك النحاسية المزدوجة والألياف الصناعية والأقمار الصناعية أو تبت عبر الهواء، أما الوثائق فإنه يتم طبعتها وتصويرها ضوئياً وإرسال

صور منها بالفاكس ومسحها وتخزينها إلكترونياً على نحو متزايد<sup>(23)</sup>. وتختلف المعلومات عن البيانات؛ في أن المعلومات تعطى الفرصة لأصحاب القرار لاتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب، بما يتوافر لديهم من تحليل كامل للبيانات ومن نتائج لهذا التحليل. غير أن البيانات تبقى مجرد معطيات غامضة مجردة لا يمكن الحصول على جملة مفيدة منها دون أن نخضعها للمعالجة، سواء أكانت هذه المعالجة يدوية أم باستخدام الحاسب<sup>(24)</sup>.

وعلى ضوء ذلك يمكن تعريف المعلومات بأنها: عبارة عن مجموعة الحقائق، والآراء التي تنشعب عن أنشطة الفرد بوصفه منتجاً لها أو مستفيداً منها. أما المعارف فتسمو فوق المعلومات باشمالها، بجانب المعلومات، على الخبرات والقدرة على الاستنتاج، واستخلاص الحكمة من قلب الضوضاء المقيمة في ساحة البيانات عبر المعالجة الذكية التي توظفها تقنيات هندسة المعرفة والذكاء الحاسوبي - الاصطناعي للمعلومات<sup>(25)</sup>.

كما أن هناك وجهة نظر أخرى، ترى أن أي كتاب أو مادة إخبارية هي معلومات بحد ذاتها، بينما يرى آخرون أن المحتوى وليس التجسيد المادي هو الذي يشكل المعلومات، أو أن المعلومات تتكون عندما يفهم القارئ محتوى بنيته المعرفية الخاصة، وأنه لا يهتم على أية وجهة نظر تعتمد، طالما أنه يتم توضيح المعنى المقصود من المعلومات من قبل الكاتب، وكما يقول Yuan وMeadow فإن البيانات تعني مجموعة من الرموز يمكن ألا يكون لها معنى بالنسبة للمتلقي، أما المعلومات فهي مجموعة من الرموز التي لها أهمية بالنسبة للمتلقي<sup>(26)</sup>.

### 3-6 مفهوم مجتمع المعلومات:

بدأت الدول حديثاً في دخول عصر المعلومات والمعرفة، فالمعلومات Information هي نتائج معالجة بيانات مسجلة أو مفاصة أو نتائج تجارب عملية أو تحليل رياضي، أما المعرفة Knowledge فهي حصيلة الإدراك الناتج عن تفاعل وامتزاج هذه المعلومات بالخبرة<sup>(27)</sup>، وفي ضوء هذا التحديد لمفهوم المعلومات والمعرفة، يختلف مفهوم مجتمع المعلومات عن مجتمع المعرفة بنفس منطق التعريفين السابقين.

ويذهب البعض إلى أن مجتمع المعلومات هو المجتمع الذي تستخدم فيه المعلومات بكثافة كوجه للحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية<sup>(28)</sup>. أو أنه المجتمع الذي يعتمد في تطوره بصفة رئيسية على المعلومات والحاسبات الآلية وشبكات الاتصال، أي إنه يعتمد على التكنولوجيا الفكرية، تلك التي تضم سلعا وخدمات جديدة، مع التزايد المستمر للقوة العاملة المعلوماتية، التي تقوم بإنتاج وتجهيز ومعالجة ونشر وتوزيع وتسويق هذه السلع والخدمات. وعموماً؛ فإنه المجتمع الذي يعتمد اعتماداً أساسياً على المعلومات الوفيرة كمورد استثماري،

وكسلعة استراتيجية، وكخدمة، ومصدر للدخل القومي، وكمجال للقوى العاملة<sup>(29)</sup>. كما تبنى مؤتمر القمة العالمي لمجتمع المعلومات (جنيف 2003) التعريف الآتي: مجتمع المعلومات هو: "مجتمع يستطيع كل فرد فيه استحداث المعلومات والمعارف والنفوذ إليها، واستخدامها وتقاسمها؛ بحيث يُمكن الأفراد والمجتمعات والشعوب من تسخير كامل إمكاناتهم في النهوض بتنميتهم المستدامة وفي تحسين نوعية حياتهم". أما التعريف الذي تبناه تقرير التنمية الإنسانية العربية 2003 فيقول: "إنه المجتمع الذي يقوم أساساً على نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات النشاط المجتمعي من الاقتصاد والمجتمع المدني والسياسة والحياة الخاصة؛ وصولاً للارتقاء بالحالة الإنسانية باطراد أي إقامة التنمية الإنسانية".

ونجد في هذين التعريفين أن مجتمع المعلومات يعتمد بصورة أساسية على المعلومات، التي أصبحت مورداً رئيساً وسلعة استراتيجية ترفد الدخل القومي للبلد وتسهم في بنائه على مختلف الأصعدة، بل أصبح من البديهي القول: إن من يمتلك المعلومات في المرحلة الراهنة.. يمتلك القوة، ومن يمتلك القوة يمتلك القرار والتصرف، وبالنتيجة من بيده المعلومات، بيده القرار، ففي صناعة أي قرار أصبحت المعلومات تشكل المادة الخام الأولى التي ستخضع لسلسلة من المعالجات المترابطة على نحو يعيد إنتاجها في بيئة خاصة لأغراض محددة.

#### 4-6 مفهوم تداول المعلومات:

يرتبط مفهوم التداول كثيراً بمفهوم الانتشار Diffusion، والذي ينظر إليه بأنه العملية التي تبنى الابتكار Innovation أو الاختراع التكنولوجي وقبوله في مجتمع ما. وقد أشار "دانيال بل" - في المجتمع ما بعد الصناعي - إلى أن أهمية المعرفة، وأن امتلاك المعرفة التقنية سيصبح قوة هائلة في المجتمع ما بعد الصناعي بسبب الانتشار التقني إلى جانب إسهامات "الفن توفلر" المعروف بحتمية التقنية في صدمة المستقبل، والموجة الثالثة، وتحول القوة، وما اشتهر من تنبؤاته في هذا الشأن عن الانتشار التقني في المجتمعات، والتغيرات بالغة الأثر على مختلف الأصعدة، بفعل التغيير الجوهري الذي يحدث في الاقتصاد (المعرفة)، فضلاً عما تناوله من تنبؤات مارشال مكلوهان التي تصب هي الأخرى في الحتمية التقنية، والانتشار المتصاعد للتقنية في المجتمعات البشرية<sup>(30)</sup>.

والتداول الإلكتروني للمعلومات بين الشباب هو عملية اتصالية بينهم، تتم من خلال استغلال كل من تكنولوجيا الإعلام الآلي وتكنولوجيا الاتصال مجتمعة بشكل يحقق التواصل الآني ما بين الشباب لتبادل الرأي ومناقشة الأفكار والنظريات والمعلومات التي تشغل بال الشباب في شكل حوار سمعي بصري، مع الاستعانة بأدوات توضيحية أخرى يستخدمها الشباب المشاركون في الحوار في أنحاء مختلفة من المعمورة. إن الأهداف العامة من هذا الأسلوب المتطور في الاتصال ما بين الشباب تتحدد في كونه أداة لإلغاء الحدود الجغرافية والسياسية، واختصار المسافات

- البعيدة، ومجابهة عامل الوقت، وتوفير الأموال الطائلة، وغيرها التي قد تشكل قيودا موضوعية لارتباط الشباب فيما بينهم<sup>(31)</sup>.
- والتداول عملية تدوير مستمرة للمعلومات، بما يسمح بممارسات متجددة داخل مجتمع المعلومات، يشارك فيها جميع أفراد المجتمع. ولا يعني ذلك مجرد استهلاك المعلومات أو ذبوعها وانتشارها بل والمشاركة في إعادة إنتاجها<sup>(32)</sup>.
- ويمكن ملاحظة عدة مسارات Trajectories للتداول، مثل: التداول من فرد إلى آخر، أو التداول من جماعة إلى أخرى أو حتى التداول المؤسسي، والتداول وفقا لاختلاف النوع، والتداول وفقا لاختلاف الحالة التعليمية... وهكذا.
- ولا يقتصر التداول على معلومات معينة، وإنما يشمل كافة المعلومات، إلا أنه في ظل مجتمع المعلومات هناك معلومات مشفرة وأخرى متاحة للجميع، ومن ثم فالمعلومات المشفرة بحاجة إلى المشروعية في تداولها، كما أن هناك بعض المعلومات التي لا بد من نسبتها إلى من أنتجها " حقوق الملكية الفكرية " ... إلخ.
- وفي المجمل يمكننا إبداء عدد من العناصر تفهم من خلالها عملية التداول:
- ❖ إن التداول عبر الفضاء المعلوماتي يعني تخطي الحواجز المكانية والحدود الجغرافية واختصار الزمن.
  - ❖ يمثل التداول مجموعة العمليات المركبة، والتي تنطوي على ممارسات متجددة، ترتبط أغلبها بالفاعلين Agents وخلفياتهم الاجتماعية والثقافية.
  - ❖ يعد التداول في حد ذاته عملية إعادة إنتاج Reproduction للخبرة الحياتية التي اكتسبها الفاعلون عبر الزمن، ومن ثم فالتداول جزء وثيق الصلة بالإنتاج، ومن الخطأ الفصل بينهما، فكل تداول هو خطوة أو مرحلة في الإنتاج المعلوماتي.
  - ❖ تعتمد عملية تداول المعلومات على الذاكرة الإلكترونية أو الرقمية Digital Memory، أو Memory Card أو Hard Dick، وتتميز هذه الذاكرة بسعتها العالية على التخزين وصعوبة تلفها، وسهولة تنظيم المعلومات من خلالها، وسهولة استدعاء هذه المعلومات.
  - ❖ ينهض التداول على إعادة إنتاج المعلومات، وهي كافة الآليات والعمليات التي تعمل على دعم واستمرار تدفق المعلومات.
  - ❖ التداول عبر الفضاء المعلوماتي يعني معلومات تولد معلومات، مما يجعل مصادر المجتمع المعلوماتي متجددة ولا تنضب.
  - ❖ تشتمل عملية التداول على التجديد Innovation، وهي آلية خلق معلومات جديدة، ويعتمد التجديد بالطبع على العملية الإبداعية.
  - ❖ يعتمد التداول المعلوماتي على تحويل المعلومات من أشكالها المختلفة " صوت، صورة، حرف، رقم " إلى دفق من البتات Bits الرقمية. وهذا

التحويل مكن جهاز الحاسوب من معالجة المعلومات بسرعة كبيرة وبناء طريق سريع للمعلومات.

❖ التداول عملية مركبة تتضمن الكثير من العمليات: الاستعارة والإبداع، التصنيف والتميط، النشر والترويج، الاستهلاك والتوزيع... إلخ.

## 7- التوجه النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على إطار نظري مؤلف من ثلاث رؤى:

**الرؤية الأولى:** تنحصر في تسليط الضوء على المعلوماتية في مرحلة ما بعد الحداثة، من منطلق أننا نعيش في مجتمع معاصر له من الملامح والسمات ما تجاوز المرحلة الحداثية إلى مرحلة ما بعد الحداثة، حيث الاتصالات عن بعد Telecommunications التي تستخدم للدلالة على الطريقة التي تتبع في إرسال وتسلم المعلومات من مسافات بعيدة عن طريق أجهزة الكمبيوتر. وتستخدم في الاتصالات عن بعد وشبكات الاتصال المكرسة لنقل المعلومات بالتليفون والكابلات المحورية والميكروويف والأقمار الصناعية وغيرها من وسائل نقل المعلومات. ومن ثم؛ فنحن الآن في عصر أصبحت لغته هي التكنولوجيا والمعلومات، التي جعلت العالم يدور ويصب في بوتقة واحدة، وثورة اتصالات من خلال نافذة صغيرة تسمى الإنترنت. إذا ظهرت ما بعد الحداثة كامتداد للحداثة، ولكن بصورة تجليات ما بعد التقنية ثقافياً واجتماعياً، فتحولت المعلومات والمعارف إلى سلع استهلاكية قابلة للتداول والتناقل عبر الوسائط التكنولوجية الحديثة، وأصبحنا نعيش عوالم الحداثة التقنية<sup>(33)</sup>.

وينظر الـ "ما بعد الحداثيون" - خلال هذا العصر الإلكتروني الجديد - إلى المعرفة، بأنها لا تصنف أو تخصص بنفعتها فحسب، بل كذلك بتوزيعها. فهي معرفة موزعة (Distributed) ومخزنة (Stored)، ومرتبطة بطرق مختلفة في مجتمعات ما بعد الحداثة بخلاف مجتمعات الحداثة. ويكفي أن نشير في هذا السياق إلى الفجوة الرقمية، والتي تزداد اتساعاً يوماً بعد يوم بين الدول المتقدمة والدول النامية، فيما يتعلق بالإنفاذ إلى مصادر المعرفة، واستيعابها ومصادرها، والقدرة على توليد المعرفة الجديدة. وتُقاس الفجوة الرقمية بمؤشرات عدة، لعل من أكثر هذه المؤشرات ارتباطاً بموضوع التداول المعلوماتي الرقم القياسي للإنفاذ الرقمي SNDA: Standard Number of Digital Access، وهو رقم قياسي جديد من وضع الاتحاد الدولي للاتصالات، ويقوم على أساس عدة عوامل تؤثر في قدرة بلد ما على الإنفاذ إلى البنية التحتية والاستطاعة المادية والمعرفة والتوعية من حيث سعة نطاق تبادل المعلومات<sup>(34)</sup>. وفي هذا الصدد يفترض "تشينور" أن زيادة المدخلات للمعلومات تقود إلى المساواة في المعرفة، غير أنه في ضوء الفجوة الرقمية وفي ضوء الواقع المعرفي المتاح، يتبين لنا أن المشكلة ليست زيادة المعرفة بقدر ما هي إلا مشكلة الحرمان النسبي من المعرفة.

فالنفاذ الرقمي إلى المعلومات يحتاج إلى تقنيات الحاسوب الإلكتروني الذي ثور طرق إنتاج المعرفة، وتوزيعها، واستهلاكها في مجتمعات بنى الإنسان. ففي مجتمع ما بعد الحداثة، أي شيء لا يحفظ أو يخزن أو لا يمكن ترجمته في أي شكل مميز أو مخزن بالحاسوب تحديداً، أي شيء لا يصبح رقمياً، سيتوقف عن كونه معرفة. كما يؤكد الباحثون والمفكرون في هذا المجال. وبهذا المفهوم أو هذا التصور فإن عكس المعرفة ليس الجهل، كما هو التصور في مجتمع الحداثة، بل الضوضاء " noise ". فأى شيء لا يتأهل ليصبح معرفة فهو ضوضاء. ولعل " ليوتار " هو الأقدر على تمثيل نقص الذات (العارفة) في كل مراحلها حتى في مرحلة ما بعد الحداثة نفسها، وبخاصة حين يحدد السؤال المهم في مجتمعات ما بعد الحداثة: من يقرر ما هي المعرفة، وما هي الضوضاء، ومن يعرف ماذا ينبغي أن يتقرر؟ ففي المجتمعات الحديثة توجد المؤهلات المعيارية المناسبة لمثل هذه القرارات. فمثلاً لتقدير المعرفة كحقيقة، توجد القيمة أو الجودة التقنية. ولتقرير الخير أو العدل توجد القيمة أو الجودة الروحية. كذلك بالنسبة للجمال توجد القيمة أو الجودة الجمالية. ولكن في المجتمعات الـ " ما بعد حديثة " كما يرى ليوتار يوجد "منهج عام" (Paradigm) هو " لعبة اللغة " (Language Game) (35).

أما الرؤية الثانية: فقد انحصرت في استعراض إسهامات نظرية المعرفة Theory of Knowledge، ومحاولة تجاوز الرؤية التقليدية للمعرفة، من منطلق أن المعرفة اليوم أصبحت سلعة وصناعة وأصبح لها سوق كبير، بل وأصبح ما ينفق على إنتاج المعلومات اليوم يزيد على ما ينفق على الكثير من السلع الاستراتيجية المعروفة في العالم. كما أننا أصبحنا نعيش في مجتمع يشهد تفجراً وتدفعاً هائلاً في المعلومات Information Explosion. وفي هذا الإطار يرى جورج هربرت ميد (1863-1931) المعرفة الاجتماعية آتية من الوضعية الاجتماعية التي يعيش فيها الفرد، وما تتضمنه من علائق وتفاعلات اجتماعية، وما لها من مصاحبات فكرية ومعان داخلية ورموز دلالية حول موقف الفرد داخل الوضعية الاجتماعية (36).

ومن ناحية أخرى تبحث نظرية المعرفة في مبادئ المعرفة الإنسانية وطبيعتها، ومصدرها، وقيمتها، وحدودها، وفي الصلة بين الذات المدركة والموضوع المدرك (37). كما ظهر اتجاه - تعول عليه الدراسة كثيراً في فهم وتفسير الكثير من النتائج الميدانية - تجلى في أعمال الكثير من العلماء والمفكرين، من خلال تبنى مدخل معرفي يطلق عليه مدخل نشر الأفكار المستحدثة Diffusion of Innovation باعتباره يهتم بكيفية نشر التكنولوجيا والأفكار الجديدة وتقييمها وتبنيها. وهناك أربعة عناصر أساسية ترتبط بموضوع انتشار وتبني الأفكار الجديدة هي (38):

- التجديد أو الابتكار أو التكنولوجيا الجديدة، أي الفكرة المستحدثة ذاتها.
- قنوات الاتصال.

- التركيب الاجتماعي للبيئة أو النسق الاجتماعي.
- الفترة الزمنية الضرورية للانتقال، أو ما يطلق عليه عنصر الزمن.

أما الرؤية النظرية الثالثة والأخيرة، فتمثلت في مدخل لدراسة التبادل من خلال أفكار نظرية التفاعلية الرمزية. ويأتي اعتمادنا على هذا المدخل من منطلق أن التبادل عملية خلاقة بين فاعلين لديهم القدرة على تبادل المعلومات، ومن ثم فالتداول عملية اختيارية خلاقة وليست عملية استهلاكية فقط، وإنما أيضاً إضافة وتطوير وتوليد ونشر للمعلومات. فالتبادل على سبيل المثال يتم في ضوء قيم المجتمع ومعايير، بحيث ينتج عنه ما يطلق عليه منظور التبادل "التبادلية المعممة" Generalized Reciprocity أو ما أسماه ليفي شتراوس "التبادلية ذات المعنى الواحد" Univocal Reci وتعني أن الفرد يأمل في أن يرد إلى الآخرين ما أخذ منهم، أو Porosity التي تعني أن الناس أميل إلى تقديم المساعدة إلى الآخرين متوقعين أنهم سوف يحصلون على مثلها عندما يحتاجونها. ويعني ذلك بلغة أخرى أن السلوك التبادلي يتأسس على معايير عامة مقبولة لدى الجميع، ولا يخضع فقط لمجرد الحسابات العقلانية<sup>(39)</sup>.

وترتيباً على ذلك، فإن عملية التداول المعلوماتي أصبحت تمارس بكثافة نظراً لتغير البيئة المعلوماتية، والتي اختلفت من حيث توليد المعلومة وكميتها ومحتواها وانتشارها عن ذي قبل. فعلى الرغم من أن استخدام الإنسان للمعلومات ارتبط بوجوده وتطور الإنسانية، إلا أن البيئة المعلوماتية في نهاية القرن العشرين وبداية الحادي والعشرين تختلف بشكل كلي وجزئي عن العصور السابقة، ومن ثم وجب تجاوز الأطر النظرية التي تمت صياغتها من خلال نظرية المعرفة والانتقال إلى مرحلة ما بعد الحداثة، والتي ارتبطت بصورة أو بأخرى مباشرة وغير مباشرة بتكنولوجيا المعلومات<sup>(40)</sup>. ولعل أبرز التغيرات في الوسط المعلوماتي الحالي دخول الإنترنت بتقنياته العالية وإمكاناته المتعددة.

فلا شك أن التغيرات والتحويلات في بنية مجتمع المعلومات أثرت على أنماط استخدامات الشباب للوسائل والوسائط المتعددة لهذا المجتمع، كما تشكلت قدرات متباينة بين الشباب في الحصول على المعلومات، سواء أكانت معلومات بسيطة أم معقدة. وقد أصبح الشباب مضطراً إلى التفاعل مع وسائط مجتمع المعلومات واستخدامها في تسيير شؤون حياته المختلفة، بل ولعبت هذه الوسائط في تغيير نمط حياة هؤلاء الشباب.

### 8- الدراسات السابقة حول التداول المعلوماتي:

على الرغم من أهمية شريحة الشباب وحيويتها في دفع حركة مجتمع المعلومات: حاضراً ومستقبلاً، إلا أن موضوع الشباب وعلاقته بمجتمع المعلومات، لم يخضع للدراسة العلمية الرصينة إلا في القليل النادر، بحيث تم تجاهل هذا

الموضوع الأشمل والأهم في الوقت نفسه ، وانحصرت اهتمامات الدراسات السابقة على مجتمع المعلومات في المجمل، وكيفية تشكله وتأثيراته في صياغة حياة المجتمع مستقبلاً، ومن ثم لم يتم تشخيص العلاقة التبادلية بين مجتمع المعلومات والشباب، وكيف يؤثر الشباب على حركة هذا المجتمع ونموه، ومن ثم انشغلت جل الدراسات برصد الآثار الاجتماعية للإنترنت على هؤلاء الشباب.

ومن جانب آخر، لم يلتفت أحد من الباحثين إلى دراسة التداول المعلوماتي، وذلك رغم أن جوهر الكثير من تعاملات الأفراد داخل المجتمع المعلوماتي يقوم على التبادل، سواء في الرأي أو الفكر أو المعلومات، وهذا حسب ما يشير إليه التراث البحثي في هذا الموضوع، حيث يشير إلى أن عمليات تبادل الرأي - مثلاً - من خلال مواقع تبادل الرأي IRC تمثل 3% من إجمالي استخدام شبكة الإنترنت، و 91% من المعلومات المقدمة عبر هذا النظام هي معلومات تهدف إلى التسلية.

ولهذا انحصرت معظم المحاولات، في دراسة فكرة التداول المعلوماتي ومضمونه وأدواته تحت مسميات عدة ( الكتابة على العملة - الكتابة على هياكل السيارات - الخطاب )، وهذه التسميات في جوهرها تحمل معاني ومضمون تبادل ونشر المعلومات عبر وسائل وأليات متنوعة. وإذا ما حاولنا استعراض هذه المحاولات - وفقاً للتسلسل الزمني - نبدأ بتجربة "سيد عويس" (1971) حول "هتاف الصامتين: ظاهرة الكتابة على هياكل المركبات في المجتمع المصري"<sup>(41)</sup>، حيث اعتبر " عويس " الكتابة على هياكل السيارات واللوريات والعربات في المجتمع المصري المعاصر ظاهرة اجتماعية فريدة في نوعها، وأنها في ضوء مضمونها الثقافي المصري الفريد تعتبر إحدى وسائل التعبير عن الصامتين من أعضاء المجتمع المصري، فهي من حيث الشكل جهاز إعلامي ثقافي شعبي يتحرك على امتداد مدن المجتمع المصري، ويكون مضمونها الثقافي جزءاً من المناخ الثقافي لهذا المجتمع، فهو يعكس الكثير من العناصر الثقافية غير المادية التي تملأ هذا المناخ، وتعيش في كيان أعضاء هذا المجتمع وفي نفوسهم، والتي تكون لها بدورها - بالضرورة - آثار في نفوس هؤلاء الأعضاء، ويكون لها تأثير على اتجاهاتهم نحو الحياة. وقد قدم كل من: وجدى شفيق عبد اللطيف؛ محمد سعيد عبد المجيد (2004)<sup>(42)</sup> دراسة تتبعية تناولت بالوصف والتحليل ظاهرة الكتابة على هياكل المركبات في المجتمع المصري، ورصد أهم التغيرات التي طرأت على هذه الظاهرة وأسباب حدوثها.

أما على المكاوي (1991) فقدم دراسته حول: " ظاهرة الكتابة على العملة الورقية"<sup>(43)</sup>، والتي اعتبر فيها ظاهرة الكتابة على العملة الورقية شكلاً من أشكال الإبداع في التراث الشعبي؛ إذ إنها تحوى مضامين تستلهم عناصر عديدة من ذلك التراث كالقيم والعادات والمعتقدات والآداب الشعبية. إنها إذن تستلهم - في مجملها - عناصر التراث الشعبي وتهضمه وتعيد إفرازه في شكل جديد وبطريقة جديدة.

ويأتي أحمد زايد (1992) ليكمل حلقة الإبداع، ويقدم دراسته حول خطاب الحياة اليومية<sup>(44)</sup>، ليوضح أن لعالم الحياة اليومية خطابًا خاصًا يختلف عن الخطاب المؤسسي، له خصائصه وسماته ومنطقه الخاص وبنائه الخاص، كما أنه يعكس نمطًا خاصًا من المعرفة والوعي. ويمكن أن يخضع للتحليل العلمي بالطريقة نفسها التي يخضع بها الخطاب المكتوب، وذلك من منطلق أن منطوقات الحياة اليومية والعلاقات يمكن النظر إليها باعتبارها نصًا مكتوبًا يمكن أن يخضع لأساليب تحليل النصوص.

أما عام (2000) فقدمت Caroline Mei Lin Ho دراسة: حول تنمية الوعي الثقافي والكتابة من خلال تبادل البريد الإلكتروني<sup>(45)</sup>، وقد استندت هذه الدراسة على مشروع دولي للمعلومات التعاونية القائمة على التكنولوجيا، التي بدأها المجلس الثقافي البريطاني، بين تلاميذ المرحلة الابتدائية من مدرستين في سنغافورة وبرمنغهام (المملكة المتحدة). وقد أوضحت الدراسة أهمية التبادل المعلوماتي من خلال استخدام تقنية البريد الإلكتروني، وعرضت الدراسة نظرة ثاقبة مؤداها: كيف يمكن استخدام تكنولوجيا المعلومات كأداة ليس فقط لتطوير الثقة بين التلاميذ، وتطوير المهارات اللغوية والإبداعية، ولكن أيضًا لتنمية شعورهم بالانفتاح على الآخر وتذليل المخاوف بين الثقافات.

بينما يقدم سعيد المصري (2004) دراسة حول: "إعادة إنتاج التراث الشعبي"<sup>(46)</sup> يسعى من خلالها لفهم البعد الطبقي لعمليات إنتاج وتداول الثقافة الشعبية لدى فقراء الحضر، ويشير الباحث إلى أنه يتعين النظر إلى موضوع هذه الدراسة من زاوية التداخل بين ثلاثة مجالات أساسية: الدراسات الثقافية، ودراسة الطبقات الاجتماعية، ودراسة الفقر الحضري. وتتنظر الدراسة إلى عملية التداول الثقافي Cultural Circulation على أنها عملية تدوير مستمرة للعناصر الثقافية بما يسمح بممارسات متجددة للتراث الشعبي يشارك فيها كثير من الناس، ولا يعني ذلك مجرد استهلاك للعناصر الثقافية أو ذيوها وانتشارها، فالتداول أوسع منذ ذلك بكثير ويصعب فهمه دون النظر إلى من يستهلكون العناصر الثقافية، وتتم عملية التداول الثقافي عبر مسارات، سواء كانت في حدود الطبقة الواحدة أو عبر الطبقات، ولا يقتصر التداول على بعض المنتجات الثقافية في جانب من الثقافة الشعبية دون سواها، وإنما يشمل كافة العناصر التراثية.

أما عدلى السمرى (2006) فيقدم دراسة بعنوان: "أحاديث صامتة: الكتابة والرسم على المقاعد الدراسية"<sup>(47)</sup> وتنطلق هذه الدراسة من فرضية محددة وهي: أن الكتابة والرسم على المقاعد الدراسية يعدان محاولة تُسمع بها الفتيات أصواتهن لغيرهن دون أن يراهن أحد، فهن يؤثرن في غيرهن ويتأثرن بهن، بل إن هناك نوعًا من الحوار المتبادل على المقاعد الدراسية بين الطالبات، أي يقمن بالرد على بعضهن باهتمام، ومن ثم أصبحت المقاعد بمثابة مخاطبات ومراسلات بين طالبات

لا يعرفن بعضهن بعضاً.

ومن الدراسات القليلة النادرة التي أجريت حول هذا الموضوع - باستخدام اصطلاح التداول أو التبادل المعلوماتي - دراسة عبد الملك بن السبتي (2004) حول: "التبادل الإلكتروني للمعلومات، بين الأساتذة الباحثين في جامعة منتوري" (48). وتنظر الدراسة إلى التداول الإلكتروني للمعلومات بين الباحثين على أنه: عملية اتصالية بينهم، تتم من خلال استغلال كل من تكنولوجيا الإعلام الألى وتكنولوجيا الاتصال مجتمعة بشكل يحقق التواصل الألى ما بين الباحثين لتبادل الرأى ومناقشة الأفكار والنظريات والمعلومات التي تشغل بال الباحثين فى شكل حوار سمعبرى مع الاستعانة بأدوات توضيحية أخرى يستخدمها الباحثون المشاركون فى الحوار فى أنحاء مختلفة من المعمورة. والأهداف العامة من هذا الأسلوب المتطور فى الاتصال بين الباحثين تتحدد فى كونه أداة لإلغاء الحدود الجغرافية والسياسية واختصار المسافات البعيدة، ومجابهة عامل الوقت، وتوفير الأموال الطائلة، وغيرها التى قد تشكل قيوداً موضوعية لارتباط الباحثين فيما بينهم. وقد سعت هذه الدراسة لمعرفة واقع الأساتذة الباحثين فى جامعة منتوري قسنطنية تجاه عملية الاتصال وتداول المعلومات مع غيرهم من الباحثين فى أنحاء العالم بالطريقة الإلكترونية. وتحدد الأسلوب المنهجي لهذه الدراسة فى الأسلوب الكمي؛ حيث اعتمد الباحث على الاستمارة التى طبقت على عينة قوامها 160 أستاذا جامعياً من 1773 عضو هيئة تدريس بجامعة منتوري قسنطنية.

## 9- الإجراءات المنهجية للدراسة:

### 9-1 نمط الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى نمط البحوث التفسيرية التى تسعى بشكل أساسى إلى فهم وتفسير ورصد طبيعة المعلومات المتداولة بين الشباب، والوقوف على أنماطها وأشكالها، بالإضافة إلى الكشف عن طبيعة تفاعل الشباب مع مجتمع المعلومات من خلال عملية التداول المعلوماتي. وقد حاولت الدراسة تقديم العديد من التفسيرات، ولتحقيق هذا الإجراء اعتمدت الدراسة على الاستراتيجية المنهجية الكيفية.

## 9-2 التعريفات الإجرائية للمفاهيم:

### 9-2-1 الشباب:

يستخدم مفهوم الشباب فى إطار هذه الدراسة بصورة عامة للإشارة إلى تلك الشريحة الاجتماعية التى تضم السكان فى الفئات العمرية من 18-35 سنة، أي على مدى عشرين عاماً تقريباً، ويمكن تقسيم هذه الشريحة إلى شريحتين فرعيتين، تضم الأولى الفئة العمرية من 18-25، وتلك التى تضم الفئة من 25-35، حيث تعبر الأولى عن الشباب الذى لا يزال فى التعليم الجامعي، وتضم الثانية شباب الخريجين، فى المراحل الأولى من حياتهم العملية " الوظيفية والزواجية ".

## 9-2-2 مجتمع المعلومات:

- يمكن تعريف مجتمع المعلومات إجرائياً على النحو التالي:
- مجموعة من الأنشطة والممارسات المرتبطة بالمعلومات إنتاجاً ونشرًا وتداولاً.
  - وسيط رقمي تتدفق من خلاله المعلومات.
  - يعد كل من الموبايل والفضائيات والإنترنت الوسائط الأساسية لهذا المجتمع.
  - وسط يتيح لجميع البشر التواصل فيما بينهم من خلال النفاذ الحر إلى المعلومات.
  - ويتمثل في مزج الصور المتحركة مع الصوت والنص المكتوب.
  - شبكة من الحاسبات الآلية مرتبطة ببعضها البعض، سواء عن طريق خطوط الهواتف أو عن طريق الأقمار الصناعية.

### 9-2-3 تداول المعلومات:

ويمكن تعريف تداول المعلومات إجرائياً على النحو التالي: " تدوير مستمر للمعلومات، بما يسمح بممارسات متجددة داخل مجتمع المعلومات، ويرتبط هذا التدوير بمجموعة من العمليات هي:

- الاستخدام المكثف للمعلومات.
- إمكانية الحصول على المعلومات.
- السرعة في نقل المعلومات.
- التدخل في إعادة إنتاج المعلومات.
- إعادة نشر وترويج المعلومات.
- النفاذ إلى مصادر المعلومات.
- استخدام أدوات ووسائل نقل المعلومات.
- امتلاك رموز ومفردات تدوير المعلومات.

### 9-3-3 نوعية البيانات ومصادرها:

تعتمد الدراسة على نوعين من البيانات:

#### 9-3-1 البيانات الثانوية:

تعتمد الدراسة على بعض نتائج البحوث السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، هذا بالإضافة إلى الاعتماد على بعض الإحصاءات المهمة حول مجتمع المعلومات المستقاة من بعض التقارير مثل تقرير التنمية الإنسانية والبشرية وتقارير منظمة اليونسكو.

#### 9-3-2 البيانات الميدانية:

وهي المادة التي يجمعها الباحث بنفسه من مجتمع الدراسة، وهي مادة كيفية تعبر عن الواقع الميداني في شكل عبارات لغوية وجمل موقفية<sup>(49)</sup>.

#### 9-4 مجتمع الدراسة:

تحدد الإطار الجغرافي للدراسة بمدينة الجيزة، حيث سحبت منه عينة الدراسة من ثلاثة أجزاء داخل مدينة الجيزة، جزء من نوادي الإنترنت المنتشرة في المدينة، وجزء من داخل حرم جامعة القاهرة، وجزء من بعض المؤسسات والشركات العامة أو الخاصة الموجودة بمدينة الجيزة.

### 5-9-5 العينة:

#### 5-9-1 نوعية العينة:

اعتمدت الدراسة على سحب عينة حصصية Quota Sample من الشباب داخل مدينة الجيزة، وذلك في ضوء مجموعة من المؤشرات أو المحددات، بحيث تسحب ثلاث حصص، الحصص الأولى: سحبت من الشباب المتردد على نوادي الإنترنت الموجودة بمدينة الجيزة، الحصص الثانية: سحبت من شباب جامعة القاهرة، أما الحصص الثالثة: فسحبت من شباب الخريجين سواء من التحق بسوق العمل أو لم يلتحق، كما تم الحصول على الحصص الثلاثة من خلال بعض المؤسسات الحكومية أو الخاصة الموجودة بمدينة الجيزة، هذا بالإضافة إلى سحب عينة غرضية.

وقد روعي في اختيار حالات الدراسة عدد من الشروط كالتالي:

- مراعاة التنوع العمري في اختيار حالات الدراسة مع مراعاة الشريحة المستهدفة.
- مراعاة التنوع النوعي في اختيار حالات الدراسة.
- مراعاة التنوع في التخصصات التعليمية.
- مراعاة التنوع في الحالة العملية.

#### 5-9-2 حجم العينة:

لما كان من العسير في كثير من البحوث الاجتماعية القيام بدراسة شاملة للمفردات التي تدخل في البحث، فإن الباحث لا يجد وسيلة أخرى يستطيع الاعتماد عليها سوى الاكتفاء بعدد محدود من الحالات أو المفردات - في حدود الوقت والجهد والإمكانات المتوفرة لديه - ثم يقوم بدراسة هذه الحالات الجزئية. ومن هذا المنطلق، يقوم الباحث بدراسة عدد (20) حالة دراسة مكثفة ومعقدة، هذا بالإضافة إلى تطبيق صحيفة تداول الحدث على 300 شاب.

#### 5-9-3 خصائص عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على نوعين من العينة غير الاحتمالية:

#### 5-9-3-1 العينة الغرضية:

وقد اختيرت مفردات هذه العينة بشكل مقصود للوقوف على أبرز الأحداث المتداولة فيما بين الشباب، وكيفية تداولها، وما هي الوسائل والأدوات التي يتداولون

من خلالها هذه الأحداث، مع الإشارة إلى بعض العبارات والجمل المتداولة حول هذا الحدث.

وتحددت ملامح هذه العينة في الخصائص الآتية:

### 9-5-3-1-1 المشاركون في تداول الحدث وفقاً للنوع:

يتبين من بيانات الجدول رقم (1) أن عدد المشاركين في تداول الحدث بلغ 300 مشارك. بلغ عدد الذكور 151 بنسبة 50.3% من مجموع المشاركين. أما الإناث فقد بلغ عددهن 149 مشاركة بنسبة 49.6% من مجموع المشاركين في تداول الحدث.

#### الجدول رقم (1)

#### توزيع المشاركين في صحيفة تداول الحدث وفقاً للنوع

النوع	ك	%
ذكور	151	50.3%
إناث	149	49.6%
المجموع	300	100%

### 9-5-3-2-1 المشاركون في تداول الحدث وفقاً للعمر:

يوضح الجدول رقم (2) توزيع المشاركين في تداول الحدث وفقاً للمستويات العمرية. ويلاحظ من بيانات هذا الجدول أن الشريحة العمرية من 18 إلى 23 عاماً بلغت 165 بنسبة 54.9%، بينما بلغت الشريحة من 23 إلى 28 عاماً 84 مشاركاً بنسبة 28%، أما الشريحة العمرية من 28 حتى 35 عاماً فبلغت 51 مشاركاً بنسبة 16.9%.

#### الجدول رقم (2)

#### توزيع المشاركين في صحيفة تداول الحدث وفقاً للعمر

العمر	ك	%
من 18 إلى 21 سنة	73	24.3%
- من 21 إلى 23	92	30.6%
- من 23 إلى 25	51	17%
- من 25 إلى 28	33	11%
- من 28 إلى 31	17	5.6%
- من 31 إلى 35 سنة	34	11.3%

المجموع	300	% 100
---------	-----	-------

### 9-5-3-1-3 المشاركون في تداول الحدث وفقاً للمهنة:

توضح بيانات الجدول رقم (3) توزيع المشاركين في صحيفة تداول الحدث معلوماتياً وفقاً للمهنة. ويلاحظ من بيانات هذا الجدول أن تركيز الغالبية العظمى للعينة من الطلبة بنسبة 65.6%، يلي ذلك مبرمجو الكمبيوتر بنسبة 8.6%، ثم الموظفون بنسبة 8%، ثم تتقارب النسب في باقي المهن الأخرى.

#### الجدول رقم (3)

#### توزيع المشاركين في صحيفة تداول الحدث وفقاً للمهنة

المهنة	ك	%
- طالب	197	65.6%
- مهندس	15	5%
- مدرس	12	4%
- طبيب	7	2.3%
- محام	9	3%
- موظف	24	8%
- صحفي	10	3.3%
- مبرمج كمبيوتر	26	8.6%
المجموع	300	100%

### 9-5-3-2 العينة الحصصية:

سُحبت عينة حصصية من ثلاثة أجزاء داخل مدينة الجيزة، توزعت على ثلاث حصص. ويوضح الجدول رقم (4) خصائص حالات الدراسة.

#### الجدول رقم (4)

#### خصائص حالات الدراسة

رقم الحالة	النوع	السن	الحالة المهنية	الحالة الاجتماعية
الحالة الأولى	أنثى	20	طالبة	عزبة
الحالة الثانية	ذكر	23	طالب	أعزب
الحالة الثالثة	أنثى	21	طالبة	عزبة
الحالة الرابعة	ذكر	20	طالب	أعزب
الحالة الخامسة	ذكر	18	طالب	أعزب
الحالة السادسة	ذكر	26	موظف بشركة خاصة	أعزب
الحالة السابعة	ذكر	25	معيد بكلية الحاسبات	أعزب

عزبة	طالبة	19	أنثى	الحالة الثامنة
أعزب	مخطط نظم معلومات	24	ذكر	الحالة التاسعة
عزبة	طالبة	20	أنثى	الحالة العاشرة
متزوج	دكتور صيدلي	35	ذكر	الحالة الحادية عشرة
متزوجة	طالبة بالتعليم المفتوح	26	أنثى	الحالة الثانية عشرة
عزبة	طالبة	20	أنثى	الحالة الثالثة عشرة
متزوج	صاحب شركة كمبيوتر	30	ذكر	الحالة الرابعة عشرة
متزوج	موظف	31	ذكر	الحالة الخامسة عشرة
عزبة	طالبة	19	أنثى	الحالة السادسة عشرة
أعزب	طالب	21	ذكر	الحالة السابعة عشرة
عزبة	طالبة	20	أنثى	الحالة الثامنة عشرة
عزبة	طالبة	20	أنثى	الحالة التاسعة عشرة
عزبة	طالبة	21	أنثى	الحالة العشرون

### 9-6 طرق وأدوات جمع البيانات:

#### 9-6-1 المقابلة:

وقد اعتمد الباحث على نوعين من المقابلات، على النحو التالي:

#### 9-6-1-1 المقابلات الأولية:

اعتمد الباحث على المقابلات الأولية كأحد الإجراءات المنهجية المهمة في هذه الدراسة، أو كخطوة منهجية أولية في اختيار حالات الدراسة، والمساعدة في صياغة بعض عناصر دليل المقابلة، لكن الأهمية الملموسة لهذه المقابلات كانت في اختيار حالات الدراسة تمهيداً لإجراء المقابلات المتعمقة، فقد أجرى الباحث الكثير من المقابلات الفردية مع العديد من الشباب، ثم تم اختيار الحالات التي ستكون موضعاً للدراسة الميدانية.

#### 9-6-1-2 المقابلات المتعمقة:

لما كان هدف هذه الدراسة يتجه نحو الكشف عن بيانات تفصيلية حول نوعية المعلومات المتداولة، وكيفية تداول هذه المعلومات فيما بين الشباب، وآليات الحصول على هذه المعلومات، فإن الباحث يعتمد على المقابلات المتعمقة كأداة رئيسية في جمع بيانات دليل المقابلة.

#### 9-6-2 أدوات الدراسة:

تتبع الدراسة الاستراتيجية المنهجية الكيفية، وقد مر إعداد الأدوات بالمراحل الآتية:

### 9-6-2-1 مرحلة الإعداد الأولى لأدوات الدراسة:

قام الباحث خلال هذه المرحلة بإعداد دليل المقابلة وصحيفة تداول الحدث معلوماتياً، وقد اعتمد الباحث خلال هذه المرحلة في إعداد الأدوات على المقابلات الأولية، هذا بالإضافة إلى التراث النظري المتوفر حول موضوع الدراسة، وقد بلغ عدد أسئلة وبنود الدليل حوالي 83 سؤالاً، وكانت الصحيفة عبارة عن ثلاث ورقات.

### 9-6-2-2 مرحلة الصياغة النهائية للأدوات:

خلال هذه المرحلة تم تنضيد الأدوات وضبطها وتهذيبها، بحيث أصبحت أكثر إحكاماً. ونعرضها على النحو التالي:

### 9-6-2-2-1 صحيفة تسجيل تداول الحدث معلوماتياً:

لقد خصصت هذه الصحيفة لتسجيل تداول حدث من الأحداث المتداولة بين الشباب، أيًا كان هذا الحدث سياسي، ثقافي، ديني، فني، ومن ثم لا تركز الصحيفة على حدث بعينه، وإنما الهدف منها هو حصر أبرز الأحداث التي انشغل الشباب بتداولها في الفترة الزمنية السابقة.

وقد انقسمت الصحيفة إلى أربعة أقسام رئيسية: 1- بيانات أولية عن النوع والعمر والموقف من الحدث والتعليم والمهنة والحالة الاجتماعية. 2- تفاصيل الحدث من حيث الزمان والمكان، وأهمية الحدث وتأثيراته على المجتمع وبداية ظهوره، 3- أداة ووسيلة التداول وكيف وصل الحدث للمبحوثين، ووسيلة التداول عن طريق الموبايل وتقنياته أم البريد الإلكتروني أم الأسطوانات. 4- أجزاء من المعلومات المتداولة حول الحدث من خلال ذكر كلمات أو جمل حول الحدث المتداول، سواء أكانت نصائح أم أوامر وتحذيرات.

### 9-6-2-2-2 دليل المقابلة:

اعتمد الباحث على دليل المقابلة كأداة أساسية لجمع البيانات، ويتعلق دليل المقابلة بالتعمق وسبر أغوار موضوع الدراسة، وقد تضمن دليل المقابلة العديد من البنود الأساسية والفرعية على النحو التالي:

-البيانات الأساسية: من حيث النوع والسن والحالة الاجتماعية والمهنية  
-طبيعة المعلومات المتداولة بين الشباب: من حيث أكثر المعلومات انتشاراً بين الشباب، ومدى اختلاف المعلومة اليوم عن أمس، وأكثر المعلومات التي يقبل عليها الشباب، ونوعية المعلومات التي يسعى الشباب إلى الإلمام بها

وتعلمها، ونوعية المعلومات التي يحتفظ بها الشباب ويخفيها عن بعضهم البعض.

- مصادر الحصول على المعلومات: من حيث كيفية التعرف على المصادر المتاحة، وأبرز المصادر المتاحة، والأجزاء التي تستقى من هذه المصادر، وأكثر المصادر المشهورة والمعروفة بين الشباب، والمواقع التي يتصفحها الشباب، وأبرز المنتديات ونوعية المعلومات التي تستقى من هذه المنتديات، واستخدام الشباب للشريط المعلوماتي.

- آليات تداول المعلومات بين الشباب: من حيث نوعية ومساحة الذاكرة التي يسعى الشباب إلى الحصول عليها وأنواعها المختلفة ودورها في عملية التداول، التعرف على دور الموبايل وتقنياته المختلفة في عملية التداول، ومواقع الإنترنت ومنتدياته المختلفة في التداول، ونوعية المعلومات التي تتداول من خلال هذه الأدوات، ودور الأسطوانات في التداول، ونوعية الأسطوانات المتبادلة بين الشباب.

- معوقات عملية التداول: من حيث الأمور التي تعوق عملية الاتصال والتواصل داخل مجتمع المعلومات، أبرز المعوقات من حيث اللغة والمصادقية والفيروسات والقرصنة والهاكرز وضعف التقنية.

## 9-7 أساليب التحليل والتفسير:

اعتمدت الدراسة على التحليل الكيفي؛ وذلك في ضوء تساؤلات وأهداف الدراسة، باعتبار أن الأهداف هي التي تحدد أسلوب التحليل، وقد عول في كثير من الأحيان على التحليل التصنيفي، فحن مثلاً لا نستطيع أن نعرض لطبيعة المعلومات المتداولة دون أن نصنف هذه المعلومات. ولن يكتفي الباحث بهذا الوصف التصنيفي، ولكن عول كثيراً على التأويل، والمقصود بالتأويل هنا محاولة فهم المعاني غير الظاهرة لما هو ظاهر، وتحقق هدف التأويل من خلال تحديد بعض الأبعاد المفسرة. أما بالنسبة للتفسير، فإنه يتداخل على نحو متشابك مع التحليل إلى حد ينظر إليه على أنه جانب خاص في التحليل أكثر منه إجراء أو عملية منفصلة تماماً.

## 10- طبيعة المعلومات المتداولة بين الشباب:

### 10-1 تصورات الشباب عن المعلومات المنتشرة فيما بينهم:

تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن هناك عدة تصورات سائدة بين الشباب عن أشكال المعلومات، وتنحصر هذه التصورات في نمطين أساسيين:

### 10-1-1 النمط الأول: المعلومات العلمية "الأكاديمية":

يبدو أن هذا النمط من المعلومات يقتصر انتشاره بين المتخصصين والدارسين، وفي هذا الصدد تشير الحالة السابعة إلى أن المعلومة هي مرحلة متوسطة بين البيان

والمعرفة، وذلك على أساس ثلاثة تمييزات مختلفة، وهي: البيان Data، والمعلومة Information والمعرفة Knowledge. وهذا النمط من المعلومات يرى المعلومة على أساس أنها تتيح تكنولوجيا لنقل البيانات، فبدون هذه التكنولوجيا لا تنتقل هذه البيانات ولا تنتشر، وتظل ثابتة لا يعرفها أحد.

### 10-1-2 النمط الثاني: المعلومات العامة "غير المتخصصة":

ينتشر هذا النمط من المعلومات بين الغالبية العظمى من أفراد المجتمع، وهو أيضاً سائد بين غالبية حالات الدراسة. فقد أشارت معظم الحالات إلى أن هناك تصورات عدة لاصطلاح معلومة. ويبدو أنه من المهم الفهم الجيد لهذه التصورات؛ حيث سيترتب عليها فهمنا لتفاعل الشباب مع مفردات مجتمع المعلومات، وخاصة أنها الأكثر شيوعاً خلافاً للنمط السابق الذي ينحصر بين المتخصصين والدارسين، ويمكن أن نحصر هذه التصورات في النقاط الآتية:

#### □ المعلومة كفكرة:

فالمعلومة عبارة عن فكرة تتكون في العقل البشري، وتعبّر عن ذلك كلمات الحالة التاسعة عشرة: "الفكرة عبارة عن بيانات تتحول إلى معلومات لو استطاع الإنسان الاستفادة منها" إذا تشترطت الحالة ضرورة معالجة البيانات بشكل ما، حتى يمكن تحويل البيانات إلى معلومات، ويكون المحك الأساسي في هذه المعالجة الاستفادة منها. وعملية الاستفادة من البيانات ليست بالعملية البسيطة؛ حيث تتطلب معالجة خاصة من التحليل والاستدلال والاستنتاج، وليس المقصود بالفكرة هنا طرح عقلي متعمق، وإنما هو مجرد تصور ما حول أمر من الأمور، ولذلك ربما تكون الفكرة في عقول الشباب معلومات حول شخصية مشهورة أو مسئولة، أو دولة، أو مطرب.... إلخ.

#### □ المعلومة كخبر:

تتفق معظم حالات الدراسة على أن المعلومة يمكن أن تكون خبراً، سواء أكان هذا الخبر مسموعاً أم مقروءاً أم مرئياً، ولكن الخبر المقروء سيكون هو السائد والشائع في مجتمع المعلومات، من خلال مواقع الإنترنت المتعددة، والصحف والجرائد الإلكترونية، وتشير الحالة الثانية عشرة إلى أن الخبر عبارة عن: "معلومة مع إيقاف التنفيذ"، ويرجع ذلك إلى أنه من الضروري التحري عن مدى مصداقية الخبر، فليس كل خبر يتم تداوله بين الشباب هو صحيح بالدرجة الأولى، وإنما يحتمل هذا الخبر الصدق أو الكذب، ومن ثم يظل محل تقييم حتى تثبت صحته. ويبدو أن حدث سفاح المعادي من الأخبار التي شكك الكثير من الشباب في مدى صحتها، فقد زعم بعض الشباب أن سفاح المعادي شائعة روجت لها إحدى الأمهات بقصد تحديد إقامة بناتها في البيوت ورغبتها في عدم خروج بناتها في ساعات متأخرة، هذا بالإضافة إلى ضرورة ارتداء زي مناسب غير متبرج.

#### □ المعلومة كصورة:

تشير حالات الدراسة إلى أن الصورة في حد ذاتها يمكن أن تكون معلومة، بل إن اقتران الصورة بالخبر أو بالفكرة يعطي مصداقية أكثر للمعلومة، وربما تكون الصورة عبارة عن أحد شكلين:

#### - تعبير عن معلومة:

يوضح مضمون الصورة وما بها من تفاصيل معلومات مرئية، وتشير في هذا الصدد الحالة السادسة بقولها: "تعبيرات الوجه في الصور تكشف لنا عن الشخصية صاحبة الصورة"، هذا بالإضافة إلى أن الصورة يعتمد عليها في توصيل المعلومات المطلوبة، ودون أي شرح، وقد أشارت الحالة الرابعة عشرة إلى ذلك من خلال توضيح تلك الأمثلة " صورة كسوف الشمس وصلت فكرة الكسوف إلى الناس دون الحاجة إلى شرح"، وكذلك صورة لنيزك يخترق المجال الجوي للأرض.

#### - استكمال لمعلومة:

أحياناً كثيرة يتطلب توصيل المعلومة إضافة صورة ما، وتعبير عن ذلك الحالة الثانية عشرة بقولها: " الصورة معلومة أو تكميل لمعلومة، فمعرفة شيء، ورؤيتي لصورها في التلفاز شيء آخر". وهذا الإجراء جزء أصيل من مجتمع المعلومات وسماته الرئيسية، ولهذا يعرف مجتمع المعلومات بأنه السياق الذي يتمتع فيه الأفراد بالقدرة على الحصول على المعلومات سواء أكانت بسيطة كحالة الجو، أم وصولاً إلى الخطط الاقتصادية وغيرها<sup>(50)</sup>.

#### □ المعلومة كنكتة:

تشير معظم حالات الدراسة إلى اعتبار النكتة أحد أشكال المعلومات السائدة بين الشباب، وتعد المعلومة في حد ذاتها تعبيراً عن قضية ما أو ظاهرة منتشرة في الوقت الذي يقال فيه كي توصل معلومة معينة إلى الناس. وتوضح الحالة الثانية وظيفة وأهمية النكتة كمعلومة: " النكتة أفضل، يكون في كلمة واحدة بدل الرغي والكلام الكثير، وكمان النكتة دمها خفيف وبفهم منها كثير أحسن من واحد بيتكلم كلام جد طوال الوقت". إذا فالمعلومة النكتة - إذا جاز التعبير - هي أكثر الأشكال تفضيلاً بين الشباب؛ نظراً لأنها تتضمن معنى وخبراً مصاغاً بشكل فكاهي ومختصر.

#### □ المعلومة ككاريكاتير:

اعتبرت بعض حالات الدراسة الكاريكاتير أحد أهم أشكال المعلومات السائدة؛ وذلك من منطلق أن الكاريكاتير أسهل في توصيل المعنى المطلوب، وتجسد ذلك في كلمات الحالة التاسعة عشرة: " أن الكاريكاتير يكون أسهل في توصيل المعنى لأنه يوضح وضعا قائماً بطريقة سهلة فتصل إلى الجمهور بشكل مباشر في شكل معلومة". فهذا الشكل الساخر يعكس الأوضاع والظواهر المنتشرة في المجتمع بشكل عبثي؛ حيث يمزج بين الواقعة والإبداع الشخصي، ويتيح مجتمع المعلومات من خلال أدواته المتعددة في نشر هذا النمط من المعلومات.

## 10-2 مصادر الحصول على المعلومات:

تشير الأدبيات إلى تزايد اعتماد الشباب في المجتمعات الحديثة على المصادر المتنوعة التي أتاحتها مجتمع المعلومات، مع تضائل دور الاتصال الشخصي كمصدر أولي للمعلومات، بالإضافة إلى أن ارتفاع معدلات النمو المعرفي يمثل أحد المعالم البارزة في المجتمعات المعاصرة؛ نظراً للتنوع والتعدد الهائل في مصادر المعلومات والمعرفة.

ومن جانب آخر تشير نظرية المعرفة إلى أن الأفراد الذين لا يمتلكون مصادر للمعلومات يحصلون على معرفة أقل، كما تؤكد على أن اكتساب المعلومات يكون أكبر وأسرع بين الفئات الأكثر اهتماماً بالموضوع. وفي هذا السياق تشير إلى أبرز مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على معلوماتهم المختلفة، وإجمالها في الآتي:

## 10-2-1 الإنترنت:

يفرز الإنترنت تقاليد الاجتماعية بين مستخدميها، ويؤثر تأثيراً بالغاً في إكسابهم نظاماً وآليات محددة للتعامل، تملئها التقنيات المستخدمة، بحيث ينظم المستخدمون طواعية في أطر التراسل والتخاطب، وتبادل المعلومات، بما ينشئ علاقات حسنة بينهم بحسب الجماعات المتعاملة والمتكونة بمصالحها المشتركة على شبكة من الشبكات. ويمكن القول في هذا الصدد بأن الإنترنت ساعد على تشكيل المجتمعات المحلية Communities بشكل منقطع النظير في السرعة، وعلى أكبر نطاق جغرافي ممكن في مختلف أنحاء المعمورة. كما أنه ذوب كثيراً من الفوارق في الانتماء للجماعات المتنوعة، بتخطي الحواجز الزمنية والمكانية والخصائص الأخرى، كالسن والحالة الاجتماعية والمكانة الاجتماعية<sup>(51)</sup>.

ويعتبر الإنترنت من واقع الدراسة الميدانية هو أفضل وأسهل المصادر للحصول على المعلومات، وأيضاً وسيلة تداولها؛ لما يتمتع به من السهولة واليسر في التعامل، بالإضافة إلى توفير الجهد، ومن ثم فقد أصبح لغة العصر، وأيضاً لغة الحديث والتواصل بين الشباب، وقد أكدت غالبية الحالات على هذه الحقيقة، ويتجسد ذلك في كلمات الحالة السادسة " طالما أنت موجود، أي حاجة عايز تجيبها هتجيبها ". وتدعم تلك الكلمات الحالة الثامنة " أنت هو اللي دائماً عليه كل شيء جديد ". وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على سهولة ويسر الحصول على المعلومة من خلال الإنترنت.

## 10-2-2 الموبايل:

ليس ثمة شك أن تكنولوجيا التواصل المباشر مع الشخص المستهدف تمثل نقطة هائلة في إطار ثورة الاتصال التي يعيشها عالمنا المعاصر، وليس ثمة شك أن الابتكار التكنولوجي الإلكتروني قد ولدته احتياجات، وقد تطور لأداء وظائف

معينة خلفتها التطورات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تجتاح عالمنا، وخير دليل على ذلك الانتشار الواسع للموبايل في كافة أرجاء المعمورة. وقد أبرزت نتائج الدراسة الميدانية ذبوع وانتشار استخدام الموبايل والاعتماد عليه كأحدى وسائل الحصول على المعلومات وتبادلها بين الأصدقاء، ومن ثم فقد تجاوز الموبايل دوره الأساسي في إجراء المكالمات الاتصالية فقط، بل أصبح أيضاً وسيلة للحصول على المعلومات من جانب، وأصبح من جانب آخر صندوق بريداً متحركاً.

### 10-2-3 الفضائيات:

تعتبر الفضائيات من أكثر مصادر المعلومات إتاحة؛ نظراً لتواجدها في أغلب البيوت المصرية. فمع تعدد القنوات في كل المجالات الفنية والسياسية والاقتصادية والدينية. أصبحت الفضائيات مصدراً لا يستهان به في الحصول على أغلب المعلومات التي نريدها. ولكن هناك اتجاهاً واضحاً بين حالات الدراسة، ألا وهو اتجاههم نحو القنوات الفضائية الدينية للتزود بالمعلومات الدينية، وارتباطهم ببعض المشايخ والدعاة الدينيين الجدد.

### 10-2-4 الكتب والجرائد:

رغم تعدد وتنوع المصادر الحديثة في الحصول على المعلومات، إلا أن المصادر التقليدية لا تزال تمثل ثقلًا لا يستهان به كمصدر للمعلومات. ومن أهم المصادر التقليدية الكتب والجرائد الورقية. وفي الجانب الآخر تعتمد بعض من حالات الدراسة على المجلات الأسبوعية أو الشهرية كمصدر للمعلومات، فهناك من يشترك في مجلات فنية أو ثقافية، وهناك من يشترك في مجلات نسائية وإسلامية، وكل مجلة لها أهدافها ومضمونها المعلوماتي الذي تسعى إلى نشره.

### 10-2-5 الإذاعة:

تمثل الإذاعة أحد أهم مصادر الحصول على المعلومات السماعية، وقد انحصرت هذه الوسيلة بين الشباب في بعض المحطات الإذاعية الحديثة.

### 10-3 الأجزاء المستقاة من مصادر المعلومات:

أشارت الدراسة الميدانية إلى أن هناك أجزاءً معينة يختارها الشباب من مصادر معلوماتهم، وقد تتمثل هذه الأجزاء في: مشهد من فيلم - صورة معينة - نص محدد، وقد يكون هذا النص إما رسالة "حديث قرآن - مقال - نص من كتاب - شعر - نكتة - الإفيهات" أو فكرة... إلخ.

ولا شك أن هذه الأجزاء التي يختارها الشباب من مصادر معلوماتهم، ويبدأون في تداولها، هي انعكاس لطبيعة مجتمع ما بعد الحداثة الذي يعايشه الشباب، ذلك المجتمع الذي يهتم بالشكليات - أو الأسطح Surfaces - بدون عمق. وهذا تماماً ما يقوله عالم الاجتماع جان بودريار (Jean Baudrillard) - وهو من صنف في هذا الخصوص، في الثمانينيات والتسعينيات - بأنه في مجتمعات ما بعد الحداثة لا توجد

الأصول (Originals)، بل فقط النسخ (Copies)، أو ما يسميه في طروحاته بـ (Simulacra)، وهى بمعنى "المماثلات". فيمكن مثلا النظر إلى قطعة فنية أصلية (منحوتة أو لوحة تشكيلية مثلا) لها قيمتها الجمالية والمادية أيضًا، ومع ذلك فقد توجد لها آلاف النسخ المماثلة، ولكن يبقى الأصل له قيمته المتميزة. وخلافًا لذلك نجد اليوم ما يعرف بالأقراص الحاسوبية المضغوطة Cds، هذه الأقراص قد تحتوى قطعًا موسيقية وتسجيلات مماثلة فلا يوجد أصل معين (Original)، بل آلاف وملايين من النسخ وكلها مماثلة، لها القيمة نفسها وتباع تقريبًا بالأسعار نفسها<sup>(52)</sup>.

### 10-3-1 مشاهد فيديو:

وقد كشفت الدراسة الميدانية عن وجود عدد كبير من الشباب يختارون أجزاء محددة من مصادر المعلومات وأكثر هذه الأجزاء "مشهد من فيلم". وظهر هذا من خلال ما ذكرته معظم الحالات، فمثلا الحالة الثالثة ذكرت "لو في أفلام جديدة بس تكون أفلام محترمة أنزلها من النت على الجهاز". وبهذا تكون قد اختارت الحالة مشاهد أفلام. ويتخير الشباب مشهدًا معينًا من الفيلم لقطعه والاحتفاظ به والحصول منه على معلومة ما، ولتحقيق ذلك يتم استخدام برامج محددة، فعملية استنطاق مشهد من فيلم ليست بالبساطة المتوقعة، وإنما تتطلب بعض البرامج المحددة، بالإضافة إلى أن هناك موجات سياسية وثقافية ودينية لاختيار مشهد دون غيره.

### 10-3-2 الصور:

يعتمد الشباب على الصور كمصدر للحصول على المعلومات المتاحة في مجتمع المعلومات، ثم يتداولون هذه الصور فيما بينهم. فالصورة تضع الفرد داخل الحدث، ويستطيع من خلالها معرفة تفاصيل أدق وأوقع من المعلومة المقروءة. وبالطبع ليست كل الصور المتداولة صور أحداث ووقائع سياسية، ولكن يبدو أن هذه الصور تستهوي الكثير من الشباب، أو تفرض نفسها على الساحة السياسية والاجتماعية. فهناك صور كثيرة لفنانين وممثلين تتداول بين الشباب، وهناك صور للسيارات والمناظر الطبيعية... وهكذا. ويرتبط اختيار نوعية الصور بنمط الشخصية والاهتمامات والميول، فهناك من يهتم بالصور الغريبة أو النادرة، وهناك من يهتم بصور الزعماء والشخصيات المشهورة والفنانات.

### 10-3-3 النصوص المكتوبة:

#### 10-3-3-1 نص من كتاب:

يمثل النص المقتطع من كتاب أحد المصادر التي يستقي منها الشباب معلوماتهم التي يتداولونها فيما بعد. فربما يكون النص المقتطع معلومة ثقافية عامة أو بعض الأدعية، ولهذا الاقتطاع وظيفة محددة؛ حيث إن النص الكامل لا يمكن تداوله بطبيعة الحال، ومن ثم كان لا بد من اقتباس أجزاء محددة منه تحمل رسالات معينة أو مضامين ما.

وعملية استقطاع نص ما ليست بالبساطة المتوقعة، وإنما النص المكتوب الذي تم تداوله ببساطة بين الشباب أخذ جهداً حتى يمكن اقتباسه والخروج به. كما أن النص المقتطع له شروط، وأول هذه الشروط ألا يكون مبتوراً أو منقوصاً في المعنى، ومن ثم يجب ألا يشعر المستقبل لهذا النص أنه مقطوع، وإنما له بداية ونهاية وهدف يسعى إلى توصيله، فما الذي يعنيني إذا لم يوصل النص المقتطع أي معنى، والشرط الثاني أن تكون الرسالة التي يحملها هذا النص واضحة وليس بها أي تشويش أو تشويه.

### 10-3-3-2 نص من القرآن الكريم أو الأحاديث النبوية:

ويعتبر هذا الشكل من أشكال النصوص الأهم والأكثر إفادة من غيره؛ حيث إنه يحتوي على معلومات كثيرة. ولكن أهم إشكالية في هذا الشكل من النصوص أنه غير قابل للتغيير فيه. وتشير العديد من الحالات إلى أنها تهتم أكثر باقتباس النصوص القرآنية كمصدر للمعلومات الدينية من المواقع الدينية المتاحة عبر الإنترنت، أو حتى من القنوات الفضائية الدينية المتخصصة.

### 10-3-3-3 أجزاء من مقالات:

كشفت الدراسة الميدانية عن اهتمام بعض الشباب بقراءة المقالات سواء الموجودة بالصحف أو المجلات، وهذا ما توضحه الحالة السادسة "ممكن حاجات بنتداولها زي كلمات بتعبّر عن واقع من خلال تجارب أو مواقف في حياة الفرد منها حاجات اتعلمها، زي كلمات أنيس منصور في الأهرام، فالحاجات دي ممكن اتداولها أو استخدمها بجانب مشاهد الأفلام المؤثرة أوي". والمستخلص من كلمات الحالة أنه من الممكن استخدام جزء من نص مع الصور أو الفيديو أو ربما كلمة معبرة عن موقف أو حدث يضاف إليه الفيديو، فيكون المشهد في النهاية مؤثر تأثيراً بالغاً. فهناك عقول مدبرة مبدعة تستخلص الأفكار وتعيد إرسالها في أفكار ناضجة واعية. وهناك من الشباب من ينشر فكره وإبداعه، بل وأحياناً تفانيه كما توضح حالات الدراسة، فهناك من الشباب من اهتم بجمع أغرب الفتاوى الدينية ونشرها بين أصدقائه، وهناك من اهتم بجمع أغرب القرارات السياسية.... وهكذا. والحقيقة فإن الحصول على هذه النصوص كمصادر للمعلومات ثم التعامل معها بشكل أو بآخر يتطلب مهارات وقدرات خاصة، كما يتطلب توافر بعض البرامج المجهزة التي تتيح إمكانية قص ومنتجة ودبلجة لهذه المقاطع أحياناً. وهذه المتطلبات لا يستطيع كل الشباب التعامل معها، بل هناك من الشباب من يتعامل معها بشكل احترافي وآخر بشكل اجتهادي، ومن ثم نتوقع اختلاف نوعية المعلومات التي يتم معالجتها من شخص إلى آخر.

### 10-4 عمليات تجهيز المعلومات:

إن بعض الشباب يقومون بإنشاء معلومات جديدة، وهؤلاء الشباب قلة؛ حيث

يتطلب إنشاء معلومة من جديد قدرات ومهارات خاصة وأدوات تكنولوجية... إلخ. وقد اقتصر شريحة المنفذين والمصممين لمعلومة من إنشائهم داخل عينة الدراسة على الحالتين الأولى والسادسة عشرة. وتشير الحالة الأولى إلى كيفية إنشاء معلومة جديدة " أنا ممكن أعمل مجموعة من المعلومات رسالة مفيدة، وأبدأ في تجميعها وتشكيلها معاً لتكون معلومة مفيدة ". ويتبين من كلمات الحالة أن هناك خصائص للرسالة التي تجهز للإرسال، أول هذه الخصائص وأهمها أن تكون مفيدة، وبالطبع تتفاوت أشكال الإفادة والاستفادة من شخص إلى آخر، ولكن المهم أن تكون الرسالة مفيدة، كما أشارت الحالة إلى آليتين في غاية الأهمية لإنشاء معلومة جديدة، تتحدد الآلية الأولى في القراءة والاطلاع وتجميع المادة التي ستساعد فيما بعد على بلورة الفكرة أو الرسالة، أما الآلية الثانية فتتخصص في التجميع والتشكيل والبلورة. وبالطبع هناك آليات كثيرة بحاجة إلى التعرف عليها، مثل تكنيك إخراج الرسالة، خاصة إذا أضيفت إليها مؤثرات صوتية أو صور أو فيديو... وهكذا.

أما الحالة السادسة عشرة، فتوضح تجربتها في إعداد معلومة من إنشائها، ولكن التجربة مختلفة عن الحالة الأولى، لأن الحالة السادسة عشرة استغلت عضويتها في بعض المنتديات في تجهيز معلومة ما وبثها عن طريق المنتدى، وهذا ما تعبر عنه الحالة " أني عملت موضوع على المنتدى كان بعنوان عارفين ومش قادرين، كنا بنتكلم عن ازاي نمنع التدخين ". وبالطبع الكلمات توضح إلى أي مدى أهمية الموضوع الذي تخيرته الحالة لتجهيز رسالة فيه. وقد كشفت الدراسة الميدانية عن وجود عمليات تقنية وتقنية يلجأ إليها الشباب لتجهيز المعلومات، حتى تصبح سهلة للإرسال، ترتبط هذه العمليات في المجمل بالوسائط المتعددة. ويرتكز مفهوم الوسائط المتعددة على عرض النص مصحوباً بلقطات حية من فيديو وصور وتأثيرات خاصة مما يزيد من قوة العرض ويزيد خبرة المتلقي في أقل وقت ممكن وبأقل تكلفة، كما تتضمن الوميض والروبوتات والصوت والصورة<sup>(53)</sup>. وتعني الوسائط المتعددة بعرض المعلومات في شكل نصوص مع إدخال كل أو بعض العناصر التالية:

- 1 - المواد السمعية.
  - 2 - المواد المصورة من الفيديو وغيره.
  - 3 - الرسوم المتحركة.
  - 4 - لقطات الفيديو الحية.
- وتهدف هذه التقنية إلى دمج تقنية الحاسب الإلكتروني والتليفزيون والاتصالات السلكية واللاسلكية في تقنية واحدة<sup>(54)</sup>.

**وفي المجمل تتحدد هذه العمليات في:**

#### **1-4-10 عملية ضغط الملفات:**

تعتبر عملية ضغط الملفات من أهم العمليات التي يستخدمها الشباب لإعداد

المعلومة وتقليل حجمها، لكي تسهل عملية الإرسال. ولأن هذه العملية تقنية وتقتني فائقة بالدرجة الأولى، فإن كثيراً من هؤلاء الشباب يسعى إلى تعلمها واستخدامها. وعملية ضغط الملفات عملية في غاية الأهمية، حيث إنه بدون هذا الضغط يتعذر إرسال الكثير من المعلومات، خاصة المعلومات ذات المساحات الكبيرة، خاصة عند إرسالها على الموبايل أو الإيميل، وعلى الرغم من أهمية عملية ضغط الملفات في تسهيل عملية التداول، إلا أنها تحتاج إلى تعليم وتدريب، ولذلك يحاول معظم الشباب ابتكار عمليات وأساليب جديدة لتجهيز المعلومة.

#### 10-4-2 عمليات القص والمنتجة:

تتجسد عملية القص والمنتجة للمشاهد من الأفلام أو الصور في كيفية توضيح المعلومة التي يتضمنها المشهد أو الصور من خلال استخدام عملية القص والمنتجة، وهناك شرط مهم في عملية القص والمنتجة، فغير مقبول أن يغير النص المحذوف من المعنى الأصلي للموضوع، وأيضاً ألا يشعر أحد بأن هذا الجزء تم قصه، أو أن يبدأ أخرى تدخلت في حذف أي شيء منه. ومن جانب آخر يكون للقص والمنتجة ضرورة ما، تتمثل هذه الضرورة في تنقية النص من أية مشكلات أو تحفظات، فربما يكون النص الأصلي به معلومات غير مرغوب فيها.

#### 10-4-3 عمليات إضافة المؤثرات الصوتية:

تعد عملية إضافة المؤثرات الصوتية من العمليات المهمة، وذلك لأنها تضيف على المنتج النهائي بهجة خاصة أو إيضاحاً أكثر. فمثلاً إضافة أغنية على مجموعة من الصور، يمكن أن تضيف معنى معيناً، ربما يكون هذا المعنى إيجابياً، وربما يكون معنى سياسياً... وهكذا، فالمؤثرات الصوتية من الممكن أن تعيد صياغة المادة الخام التي أدخل عليها الصوت. ولعل الميزة الإضافية للمؤثرات الصوتية أنها تضيف عنصر الجذب ولفت الانتباه إلى المعلومات المرسل. وفي ضوء أهمية المؤثرات الصوتية، فإنها تستخدم في توصيل المعلومة إلى أكبر قطاع ممكن في المجتمع، للدرجة التي من الممكن أن تصل إلى ذوي الاحتياجات الخاصة والمكفوفين.

#### 10-4-4 عملية إضافة نص للمعلومات:

على الرغم من وجود عمليات متنوعة لتجهيز المعلومات لتصبح سهلة للإرسال، إلا أن عملية إضافة نص للمعلومات يعد من أساسيات عمليات الإرسال، ومن ثم يستخدمها أغلب الشباب. فهناك بعض المواقف تفرض فيها إضافة نصوص شارحة. وتظهر الدراسة شرطاً مهماً لإضافة النص؛ أن يكون لهذا النص إضافة أو شرح وتوضيح، وإذا لم يكن كذلك فلا فائدة من إضافة النص، كما أنه لا بد أن يتسق النص مع الصورة، حتى يصل مضمون الرسالة ولا يحدث لبس أو اختلاط، وأحياناً أخرى يكون النص عبارة عن دعاء أو توصية أو ذكر. ومن الممكن أن يكون النص المضاف عبارة عن نكتة أو تعليق أو كاريكاتير، وربما يكون النص المضاف عبارة عن دعاء، من منطلق أن إضافة دعاء سوف يثاب عليه الفرد في الآخرة.

ومن الأحداث المتداولة بين الشباب التي أضيف إلى أصل الرسالة نصوص كتابية كان حدث إعدام صدام حسين، فقد أضاف بعض الشباب أسفل الصور بعض العبارات، كان من أبرزها: (استيقظوا يا عرب فهذه نهايتكم... أحذروا من يعارض أمريكا فهذه نهايته... إهانة الوطن العربي... بشر بأرخص الأسعار... مات الطاعني وذهب للجحيم). وبالطبع عملية إضافة بعض النصوص إلى أصل الصور أو الفيديو يرتبط بالتوجهين السياسي والفكري، ويتضح ذلك من الجمل السابقة.

#### 10-4-5 عملية إضافة الصور:

أشار بعض الشباب إلى أنهم يلجأون إلى إضافة الصور لبعض المعلومات المرسله، ويرجع اللجوء إلى مثل هذا الإجراء إلى أكثر من سبب، الأول: من أجل الترفيه والمتعة، والثاني: لمزيد من الإيضاح والفهم، فالصورة أكثر تعبيراً عن الفكرة، والثالث: لمزيد من التأكيد والتدعيم خاصة في المعلومات التي تحتاج إلى تأكيد، فالإضافة هنا لمجرد لفت الانتباه والأنظار إلى الموضوع وليس للتغيير أو إضافة شيء أو معلومة جديدة. كما أن إضافة الصورة ترتبط بخصائص وسمات مجتمع المعلومات، القائم على الحداثة، فالمعلومة ليست أسيرة لنمطها التقليدي، وإنما هناك رغبة للتجديد المعلوماتي سواء في المضمون أو الشكل. ومن ناحية أخرى يضيف بعض الشباب أنهم يرغبون في المشاركة في صناعة الرسالة، ولا يكون مهم الأساسى نشرها وتبادلها وإنما المشاركة في إخراج محتواها، حتى ولو بإضافة صورة تدعم المعلومة، فمن خلال إضافة صورة إلى المعلومة يمكن إزالة أي خلط أو غموض يحيط بها، فالصورة وظيفتها كما يردد الشباب " تكسر حاجز الكلام المصمت ". إذا فالصورة لها وظيفة في غاية الأهمية، ألا وهي كسر الحواجز المشيدة بيني وبين النص الجاف، فالصورة تعكس حالة من الفهم والألفة بيني وبين النص، وكوسيلة مساعدة في الفهم والإيضاح.

وقد ظهرت أهمية استخدام الصور في توصيل المعنى أو المعلومة المطلوبة في ثلاثة أحداث تم تداولها فيما بين الشباب، أولها إعدام صدام حسين، فقد تداول الشباب فيما بينهم صوراً لمشهد الإعدام مطبوعاً عليها التاريخ والوقت فقط. والهدف من هذه الصورة المتداولة فيما بين الشباب التذكير والتذكير من بشاعة هذا الحدث وتوقيته. أما الحدث الثاني الذي استخدمت فيها الصورة فكان للشجرة المباركة، فقد أشار بعض الشباب إلى أنهم تداولوا فيما بينهم صورة هذه الشجرة والرسومات الموجود عليها لفظ الجلالة "الله". ويبدو أن الصورة كانت مهمة في هذا الحدث، لأنه بدون الصورة يصعب تصديق هذا الكلام. أما الحدث الثالث فكان لسفاح المعادي، فقد حاول بعض الشباب الحصول على بعض الصور المتخيلة للسفاح من الجرائد، بالإضافة إلى صور بعض الضحايا ومسحها ضوئياً بالماسح الضوئي "Scanner" على الحاسب الآلي ثم تداولها بالبريد الإلكتروني، حتى يكون تأثير الرسالة أفضل.

#### 10-4-6 عمليات الحذف والتهديب:

يتفق الكثير من الشباب على أن بعض المعلومات التي تصل إليهم بحاجة إلى حذف بعضها وتهذيب الأخرى؛ حتى تصبح سهلة في الفهم والإرسال. فبعض المعلومات التي تصل إلى بعض الشباب تحتوي على بعض المعلومات غير المفيدة، وبالتالي يتطلب حذف بعض منها، ومن جانب آخر ربما تكون الرسالة مكتوبة بلغة عسيرة على الفهم، ومن ثم فلا بد من حذف بعض الكلمات والألفاظ منها، بالإضافة إلى حذف بعض المعلومات التي ربما لا تتفق مع ميول واهتمامات الأشخاص المستقبليين لهذه الرسائل. إذا فعملية الحذف والتهذيب للكثير من الرسائل تعد أمرًا ضروريًا في بعض الحالات، بشرط ألا يتأثر النص الأصلي بهذا الحذف.

وأحيانًا أخرى يتطلب إجراء آخر مع الحذف وهو الإضافة، أو بمعنى أدق التعويض عن الحذف، فبعض الشباب يسعى إلى حذف بعض الاختصارات، ويترتب على هذا الإجراء خلل في محتوى الرسالة يتطلب تعويضه بإضافة اختصارات ورموز أخرى، وهناك من يحذف التعليق الموجود أسفل بعض الصور ويستبدلها بتعليقات أخرى، والملاحظ هنا أن وظيفة حذف تعليق واستبداله بأخر ليس مجرد تغيير شكلي، وإنما هو تغيير في المضمون، فمضمون التعليق الأول كان فارغ المحتوى أو سخيًا على حد قول الشباب، أما التعليق الذي أضيف فمضمونه مهم. فلا بد أن تكون الصورة أكثر تعبيرًا من الكلام، ولكن ربما تحتاج بعض الصور إلى تعليقات، ويكون مضمون هذه التعليقات مؤثرًا في فهم معطيات الصورة.

#### 10-4-7 ترجمة بعض الكلمات:

تعد ترجمة بعض الكلمات إحدى الوسائل المهمة لتجهيز المادة للإرسال أو إعادة الإرسال، فربما يتسبب عدم فهم البعض معنى بعض الكلمات الأجنبية في فقد مضمون ومعنى الرسالة، ولذلك يقوم بعض الشباب بترجمة بعض الكلمات إلى اللغة العربية حتى تصبح سهلة في الفهم.

#### 10-5 أدوات التداول:

تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن هناك مجموعة من الأدوات التقنية العالية التي تسهم بشكل أو بآخر في تسهيل عملية التداول، وتنحصر هذه الأدوات في:

#### 10-5-1 الذاكرة الإلكترونية:

لقد أدخل ازدهار التكنولوجيات الرقمية إلى جانب الأشكال الكلاسيكية لتسجيل المعرفة أدوات جديدة للتخزين تملك طاقات تبدو غير محدودة، تتميز بقابلية نفاذ لا عهد للإنسان بها. وتعد الذاكرة الإلكترونية أحد المتطلبات الأساسية في بنية مجتمع المعلومات، وتعد أيضًا أحد محددات التداول. فبقدر ما تتضخم ذاكرتنا، تقل ذكرياتنا. فأتمة الذاكرة تؤدي إلى تضائل الجهود الفردية في التذكر، وتوسع تكنولوجيا المعلومات بهذا المخاوف من زوال مهارات وتقاليد كانت تشكل منذ عدة عقود فقط طرائق الحياة اليومية لجزء كبير من العالم<sup>(55)</sup>.

وقد أشارت أغلب حالات الدراسة إلى أن الشباب يستخدمون الذاكرة الإلكترونية لتسجيل كل شيء خاص بهم، كالمواعيد وأرقام التليفونات والأفلام والصور والأغاني والألعاب وملفات أخرى متنوعة قرآن ومحاضرات... إلخ. ويحرص الشباب على اقتناء الذاكرة الإلكترونية؛ لأنها أصبحت أسرع وأسهل في الاستخدام من الطرق التقليدية كالورق والكتب من جانب، وأفضل وأسهل عند نقل البيانات والمعلومات من جانب آخر. فقد تميزت الذاكرة الإلكترونية عن الذاكرة الإنسانية بميزات جمة لعل أبرزها الحجم، فمثلاً تستطيع هذه الذاكرة حفظ أكثر من 200 جيجابايت، أي ما يوازي أكبر مكتبة لحفظ الكتب في العالم، وهذا ما لا يستطيع فعله العقل البشري. فالיום يستطيع الإنسان أن يحمل في جيبه أكثر من 100 كتاب إلكتروني أو أي محتوى إعلامي... وهكذا. ومن ناحية أخرى أسهمت هذه الذاكرة في تيسير عملية التبادل المعلوماتي؛ نظراً لسهولة هذا الإجراء، ودون تكاليف أو حتى تكبد عناء أو مجهود بدني.

وفي ضوء أهمية الذاكرة الإلكترونية يسعى أغلب الشباب إلى اقتناء أكثر من ذاكرة، فهناك الهارد وال فلاشة... إلخ، وهناك من يسعى إلى تكبير حجم الذاكرة دائماً، وذلك بهدف استيعاب مختلف المعلومات المتدفقة والمتجددة كل ثانية. فهناك من الشباب من يربط بين الذاكرة ووجودهم الشخصي، والمقصود بالوجود هنا أي التفاعل داخل هذا المجتمع، فبدون الذاكرة لا يستطيع التواصل مع مفردات مجتمع المعلومات. كما لم يعد الأمر مقتصرًا على عدم امتلاك ذاكرة إلكترونية فحسب، وإنما السعي الدائم والرغبة المتجددة في تحديث هذه الذاكرة.

### 10-5-2 البريد الإلكتروني: الإيميل Email:

تقوم فكرة البريد الإلكتروني على تبادل الرسائل ( وتشمل الملفات والرسوم والصور والأغاني والبرامج... إلخ ) عن طريق إرسالها من المرسل إلى شخص أو أكثر ( يمكن أن ترسل في الوقت نفسه إلى عدد غير محدد من المستخدمين ) وذلك باستعمال عنوان البريد الإلكتروني للمرسل إليه. والبريد الإلكتروني في الوقت ذاته صندوق شبيه بصندوق البريد العادي، مع فارق أنه توجد فيه الرسائل المرسلة إليك، وتلك التي سبق لك إرسالها والرسائل التي ألغيتها، ونماذج عامة لصيغ الرسائل، إضافة إلى قائمة بالعناوين البريدية التي تضيفها أو تنشئها في صندوقك حتى لا تعود في كل وقت لطباعة العنوان من جديد.

ومن ثم يعد البريد الإلكتروني وسيلة مهمة في التواصل بين الشباب عن طريق آلية الإرسال والاستقبال التي يتيحها الإيميل. ومن ثم فإن كثيراً من الشباب يستطيع إرسال واستقبال كثير من المعلومات باختلاف أنواعها عبر البريد الإلكتروني. وفي ضوء هذه الأهمية اندفع الكثير من الشباب من أجل تصميم إيميل خاص بكل واحد منهم، من أجل الاستخدامات الشخصية المتنوعة. وقد اختلفت دوافع إنشاء البريد الإلكتروني من شاب إلى آخر.

### 10-5-3 الفيس بوك Facebook

الفيس بوك هو موقع إجتماعي أطلق في الرابع من فبراير 2004 والموقع يتبع نفس شركة فيس بوك الخاصة، ويسمح هذا الموقع للمستخدمين بالإنضمام إلى عدة شبكات فرعية من الموقع نفسه تصب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية معينة - مدرسة معينة وغيرها من الأماكن التي تساعدك على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون في فئة الشبكة نفسها. وفيس بوك يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها. وقد استخدمها الشباب بكثافة كآلية من آليات التداول المعلوماتي فيما بينهم.

#### 10-6 قرار التداول:

أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن اتخاذ قرار إرسال المعلومات فيما بين الشباب ليس بالقرار البسيط، فليست كل المعلومات التي في حيازة الفرد يقوم بإرسالها لأي شخص، وإنما هناك اعتبارات محددة تؤخذ في الحسبان عند اتخاذ قرار التداول، وهي:

#### 10-6-1 الاعتبار الأول:

اتفاق نوعية المعلومة المرسله مع اهتمامات الشخص المرسل إليه. حيث كشفت الدراسة الميدانية عن أن إرسال الشباب للمعلومات فيما بينهم يتم في إطار اتفاق نوعية المعلومات المرسله باهتمامات المرسل إليه من الأصدقاء؛ حيث إنه إذا لم تكن الرسالة تستحوذ على قدر من اهتمام المستقبل فلا يبالي بمضمونها ولا يتأثر بها، ويترتب على ذلك أن يكون حذف الرسالة هو الإجراء الطبيعي والمتوقع.

#### 10-6-2 الاعتبار الثاني:

يحدد الاعتبار الثاني في الرغبة في اطلاع الآخرين على المعلومات بغض النظر عن اهتمامات المستقبل لهذه المعلومات أو نوعية هذه المعلومات. وتجسد هذا الاعتبار الحالة الحادية عشرة " يعني أي شيء أو أي معلومة وقعت فيها وحسيت إنني عايز وحابب إنني أشرك فيها الآخرين ببعثها بغض النظر عن نوعيتها".

#### 10-6-3 الاعتبار الثالث:

يحدد الاعتبار الثالث في أن اتخاذ قرار التداول يرتبط بنوعية الديانة، فديانة المستقبل تحدد نوعية الرسالة التي ترسل له. فهناك موضوعات كثيرة مثارة على الساحة أغلبها موضوعات دينية مرتبطة بالدين الإسلامي، وبالتالي لا ينشغل بها فردٌ يدين بديانة أخرى، وهذا الاعتبار في التداول يتفهمه الكثير من الشباب بشكل جيد، وهم أيضاً واعون بأبعاده وتفصيله.

#### 10-7 موقات الحصول على المعلومات وتداولها:

أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى العديد من المعوقات التي تحد من عمليات التداول، وتتنحصر أبرزها في:

### 10-7-1 تشفير بعض المعلومات:

يعد تشفير بعض المعلومات أحد أبرز المعوقات التي تحد من عمليات التداول. والتشفير هو عملية ترميز للبيانات. بمعنى بسيط المعلومة المشفرة هي تلك المعلومة التي يشترط للحصول أو الاطلاع عليها اشتراك معين، وبالطبع ليس كل الشباب قادرين على الاشتراك للحصول على هذه المعلومات.

### 10-7-2 مراقبة تحركات المترددين على بعض المواقع:

إن وضع قيود على حرية التعبير وشفافية المعلومات يحد من قدرة الأفراد على التعامل مع المعلومات وتفسيرها وتنقيتها والتميز بينها؛ ومن ثم الاستفادة منها. وهذا يخلق مجتمعاً "عاجزاً معلوماتياً" سهل التعرض للصدمات، سهل التحكم في مزاجه العام ورغباته وتشكيل أولويات. ولذلك شكلت المراقبة والمتابعة لبعض المواقع أحد أبرز المعوقات التي تحد من عمليات التداول المعلوماتي، فمن المفترض أن يشعر الفرد داخل المجتمع المعلوماتي بحالة من الحرية الكاملة التي يفتقدها في مجتمعه التقليدي. فهذه الرقابة تجعله متحفظاً دائماً سواء في ترده على هذه المواقع أو حصوله على معلومات معينة أو حتى تبادلها المعلوماتي.

### 10-7-3 اللغة الأجنبية وصعوبات الاطلاع:

تمثل اللغة إحدى العقبات التي تقف أمام الكثير من الشباب في الحصول على المعلومات التي تصبح فيما بعد محتوى للتداول؛ حيث تتسبب اللغة في فقدان التواصل بين الشباب والموقع المتصفح نظراً لتعثر فهم المحتوى المقدم، فاللغة بالطبع أداة للتواصل والفهم، وبمجرد فقدان اللغة المشتركة يفتقد التواصل.

### 10-7-4 مشكلات فنية وتقنية وبرمجية:

ربما تكون المشكلة الفنية والتقنية مرتبطة بشكل كبير بوسائل التداول والحاسب الآلي الشخصي... وهكذا، والمشكلة هنا مشكلة خاصة وليست مشكلة عامة، ولكن يتعرض لها كل شخص يتعامل مع تكنولوجيا المعلومات والمجتمع الإلكتروني.

### 10-8 أنماط التداول المعلوماتي:

هناك أنماط عديدة للتداول المعلوماتي سائدة بين الشباب؛ منها:

### 10-8-1 التداول الجبري:

هذا النمط من التداول به قدر من الإجبار، ولكن لا تعني الجبرية في التداول جبرية مطلقة، وإنما هي جبرية نسبية، تتفاوت من شخص إلى آخر، فالمعلومة الجبرية لشخص ما، ربما تكون غير ذلك بالنسبة إلى آخر. ويوضح الكثير من الشباب أن أغلب الرسائل المتداولة داخل هذا النمط تكون رسائل دينية للدعوة لفعل الخير، وتتعدد آليات الإجبار - إذا جاز التعبير - في إعادة تداول المعلومات، على النحو التالي:

### □ التحفيز:

لإجبار الفرد المتلقي للرسالة لإعادة إرسالها، يتطلب ذلك تحفيز المتلقي ببعض الكلمات والجمل، على سبيل المثال: "رسالة لا إله إلا الله من قرأها 100 دخل الجنة، لازم تنشرها هاتدخل بها الجنة"، أو: أرسل لا إله إلا الله لخمسة أشخاص لنصرة محمد عليه الصلاة والسلام"، فالتحفيز هنا بدافع نصررة رسول المسلمين... وهكذا.

### □ الإثابة:

تعد الإثابة أحد أبرز الآليات التي تستخدم بشكل جيد في إجبار الأفراد على إعادة إرسال المعلومات وتبادلها، وتتعدد أشكال الإثابة في جمل محددة، لعل أبرزها:

- أرسلها دون تردد فقد تنفك بعد مماتك.
- انشرها لوجه الله تعالى.
- انشرها عسى الله أن يفرج همك.
- اللهم ارزق ناشر هذه الرسالة رزقاً كالمطر.
- أقسمت عليك بالعزير الجبار أن ترسلها لكل الناس.

### □ التخويف والترهيب:

يكون دافع إعادة إرسال المعلومات الخوف من العقاب الإلهي، فالهدف من إعادة إرسال المعلومات البعد عن غضب الله سبحانه وتعالى، وهذا ما تعبر عنه محتوى الرسالة الآتية: "لا إله إلا الله من قالها دخل الجنة وانشرها تكسب الثواب تهملها ربنا يحاسبك". فمحتوى هذه الرسالة يحمل التخويف في حالة عدم إعادة إرسالها، بينما تحمل الإثابة في حالة نشرها وترويجها.

### □ الخوف من اللوم وتأنيب الآخرين:

أشار بعض الشباب إلي أنهم مجبرون ويقومون بإعادة إرسال المعلومة مرة أخرى؛ بسبب الخوف من لوم وتأنيب الآخرين لهم، فإذا بلغه أحد رسالة وطلب منه تبليغ الآخرين، فإنه لا يتردد في إخبار الآخرين، خوفاً من التعرض للتأنيب واللام. ومن ثم فالتداول الجبري يهتم بإحداث عمليتين، العملية الأولى: الحث Motivation وهي العملية التي يتم بمقتضاها تحفيز الأفراد ودفعهم بكل الطرق إلى نشر وتداول أفكار ما، أما العملية الثانية فهي: التعزيز Reinforcement والتي تسعى إلى التأكيد المستمر على ضرورة إعادة إرسال المعلومة وتداولها<sup>(56)</sup>.

وحول التداول الجبري يشير عبد القادر بن عبد الله إلى أن هذا النمط يرتبط كثيراً بالرسائل المتسلسلة<sup>(57)</sup> عن طريق البريد الإلكتروني، حيث يُعَرَّر بقارئ لتمرير الرسالة إلى عدد معين - أو أكبر عدد ممكن - من الأشخاص، مع العلم أنه حتى الآن فإنه لا توجد طريقة أكيدة لتتبع عدد من أعيد إرسال الرسالة إليهم، ولذلك فمن المؤكد أنه لا معنى لإعادة إرسال الرسالة لذلك العدد من الأشخاص. البعض

الآخر من تلك الرسائل تعد بجلب الحظ الحسن وتجنب سوء الطالع عند نشرها، وأخرى تستغل عواطف القراء، مثل أن يقال: إنك بتمرير تلك الرسالة فإنك تحقق آخر رغبة لطفل مريض، وآخر أمنية له أن تصل رسالته إلى مليون شخص، أو شيء مشابه لذلك. ومما يدل على سعة انتشار هذه الممارسات، أن كل من لديه صندوق بريد إلكتروني فإنه متعود على تلك الشائعات والرسائل المنتشرة على شبكة الإنترنت. وتتعدد هذه النوعية من الرسائل المتسلسلة، فهناك الرسائل التحذيرية سواء أكانت تحذيراً من فيروس أو منتجات معينة، والأساطير وهي الرسائل التي تقوم بإخبارك بقصة معينة في الغالب جداً لا تكون صحيحة، ورسائل التهديد التي تقوم بالتهديد بإيذاء شخصي أو الحاسب الآلي إذا لم تمررها، ورسائل الخداع التي ينتحل فيها شخص ما شخصية معينة أو صفة معينة لنشر خبر كاذب<sup>(58)</sup>.

### 2-8-10 التداول السري:

هناك نمط سري من التداول سائد بين بعض الشباب، حيث يتم التداول بشكل خفي غير معلن، وغالباً ما تكون المعلومات السرية أحد شكلين: الأول سياسية، والثاني جنسية، وإن كانت الأخيرة هي الأكثر المعلومات السرية تداولاً بين الشباب، وغالباً ما يتم التداول لهذا النمط من المعلومات "صور - فيديو" عن طريق التليفونات المحمولة (الموبايلات) أو الإنترنت الذي يحتوي على العديد من المواقع الجنسية، هذا بالإضافة إلى حجات الشات التي ينتشر هذا النمط بداخلها بدرجة كبيرة. وفي المقابل هناك من الشباب من يتداول معلومات سياسية معارضة للوضع القائم، ومن ثم يخفي هؤلاء الشباب هوياتهم أو على أقل تقدير يحيطون تداول معلوماتهم قدرًا من السرية، فربما يكون أحد الشباب منتمياً لحزب معارض ويسعى جاهداً لنشر معلومات معارضة للحزب الحاكم.

### 3-8-10 التداول مجهول الهوية:

يشابه هذا النمط من التداول - إلى حد ما - مع النمط السابق، إلا أنه يختلف عنه في المضمون، فقد يتبدى التداول مجهول الهوية في الشريط المعلوماتي الفضائي، حيث يرسل شخص مجهول الهوية باسم مستعار بعض العبارات والجمل والألفاظ والرسائل. ومن خلال تجهيل الهوية يبدأ الشخص المستعار في التعبير دون قيود عن الآراء والاتجاهات. فهذا الشخص يبيت ما يريد من معلومات، ويساعده على ذلك عدم الرقابة على المعلومات المتاحة من خلال الشريط المعلوماتي.

كما يسعى بعض الشباب إلى إنشاء وتصميم أكثر من بريد إلكتروني؛ بهدف التداول المعلوماتي من خلال هذا النمط، لذلك ليس من المستغرب أن يكون لدى الشاب الواحد أكثر من إيميل، بحيث ينشر بريده الإلكتروني الرئيسي بين أصدقائه وأقاربه، ويبدأ في التداول مجهول الهوية من خلال بريد إلكتروني غير معروف بين أصدقائه أو أقاربه. وربما يسعى هؤلاء الشباب إلى تجهيل الآخرين بهوياتهم للحصول على قدر من الحرية في التداول أو العبث داخل حجات الشات

Chatting Rooms، ومن ثم يعد تصميم أكثر من إيميل إحدى الوسائل التي تمكن الشباب من التداول مجهول الهوية.

ويأخذ هذا النمط من التداول شكلاً آخر، وهذا الشكل مقصور فقط على الجانب السلبي؛ حيث يحمل بعض الشباب نوعين من البيانات: الأول: عبارة عن فيروسات منشطة عن طريق البلوتوث، بحيث إنها تبتث بشكل دائم هذا المحتوى لأي بلوتوث مفتوح، أما الآخر: فهو عبارة عن صور ومشاهد فيديو إباحية محملة على الموبايل ومرتبطة بتقنية البلوتوث ونشطة أيضاً بحيث إنها تبتث بشكل دائم هذه المعلومات لأي بلوتوث مفتوح، ولكن يشترط مرور هذه المعلومات وانتقالها موافقة الطرف المستقبل لهذه الرسالة، والمستقبل في هذه الحالة يوافق مسبقاً على استقبال مضمون المعلومة بالرغم من جهله بمصدر الإرسال أو محتوى المعلومة، ومن ثم يستطيع الفرد من خلال التداول مجهول الهوية التحرك بحرية مطلقة داخل مجتمع المعلومات، لا يعطي وجه اهتمام لأي اعتبارات كانت سياسية أو اجتماعية أو حتى دينية.

#### 4-8-10 التداول الجماعي:

يرتبط هذا النمط من التداول بدافع إرسال المعلومة إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص، وقد تبدى هذا النموذج من التداول بشكل أوضح في الرغبة في نشر المعلومات الدينية. كما يرجع اللجوء إلى الإرسال الجماعي إلى سهولة إمكانية التي أتاحتها تقنية مجتمع المعلومات في الإرسال الجماعي دفعة واحدة، أو بمعنى آخر: كأنه في التقنية إرسال فردي ولكنه في المضمون والهدف إرسال جماعي. ويشترط في التداول الجماعي الابتعاد عن المعلومات الشخصية، فكلما كانت المعلومات عامة ولا تمس بشكل أو بآخر تفاصيل شخصية كانت متداولة جماعياً.

#### 5-8-10 التداول الغرضي:

ويتم ذلك التداول من قبل بعض الأشخاص لغرض معين ولخدمة محددة يسعون إلى تحقيقها، كالإهداءات التي ترسل إلى شخص بعينه، والردشة عبر الشريط المعلوماتي، هذا بالإضافة إلى المشكلات التي ترسل عبر هذا الشريط ليتم الرد عليها من قبل المتابعين له، وكذلك الرسائل الخاصة بطلب الزواج والمواصفات الخاصة بكلتا الطرفين.

#### 6-8-10 التداول المؤسسي:

إن التداول المؤسسي نمط من أنماط التداول المعلوماتي الذي تتولاه شركات ومؤسسات، والهدف من هذا النمط تجاري بحت، لذلك فمعظم الرسائل التي تصل من خلال هذه الشركات غالباً ما يتعامل معها الشباب بالمسح والحذف، وعدم إعادة إرسالها مرة أخرى، وإنما الاكتفاء بقراءة مضمونها وربما حذفها قبل قراءتها. وهناك من يستغل هذه الرسائل خاصة الجادة منها في الاستفادة من العروض المقدمة، ويبدأ بعض الشباب في نشر هذا النمط من الرسائل على أصدقائهم الذين يتوسمون فيهم أن هذا العرض سيستفيدون منه.

### 7-8-10 التداول الوهمي:

حصر بعض الشباب هذا النمط من التداول في الرسائل "المفبركة" الوهمية، وهي نوع من الرسائل التي ترسل على البريد الإلكتروني من خلال مواقع أو شركات مجهولة الهوية أو من أشخاص مجهولين. وهذا النوع من التداول قريب الشبه إلى حد ما بالتداول مجهول الهوية.

### 8-8-10 التداول متعدد الأغراض:

التداول في هذا النمط لا يسعى إلى نشر وتبادل نمط واحد من المعلومات، وإنما يهدف إلى نشر وتبادل جملة متنوعة ومتعددة من المعلومات، السياسية والثقافية والدينية والرياضية والجنسية... وغيرها. ففي هذا النمط من التداول تتضمن الرسائل المعلوماتية المرسله معلومات متنوعة ومتعددة الأغراض وليس معلومة متخصصة أو محددة.

### 9-8-10 التداول المتخصص:

يقتصر هذا النمط من التداول على تبادل المعلومات المتخصصة، سواء أكانت هذه المعلومات المتخصصة في مجال العمل أم في مجال الدراسة الجامعية، وينتشر هذا النمط في العادة بين المتخصصين، وتكون الملفات المتبادلة ذهابًا وإيابًا هي ملفات العمل المتخصصة.

### 10-8-10 التداول الوعظي:

هناك الكثير من الشباب من يكون هدفهم من التداول والتبادل المعلوماتي هو موعظة الآخرين من خلال إرسال الحكايات التي تحمل الكثير من الموعظ والعبر، التي تثير المشاعر وتهذبها، ومن ثم تغير من سلوكياتهم السيئة. فالتداول هنا للوعظ، ولفت الانتباه إلى البعد كل البعد عن سلوك ما، ربما يكون ارتكاب الفواحش والكبائر، وربما يكون للتحفيز نحو سلوك ما إيجابي تجاه الوطن.... إلخ.

### 11-8-10 التداول الفكاهي:

يعد التداول الفكاهي أحد أبرز أنماط التداول التي تعكس واقع المجتمع بمختلف ظواهره ومشكلاته بشكل فكاهي ساخر؛ حيث يعتمد هذا النمط من التداول على شكلين من أشكال المعلومات هما: النكتة والكاريكاتور، واستخدام النكتة هو الشائع الاستخدام في مجتمعنا المصري؛ بغرض السخرية من أوضاعنا الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية. وقد أتاحت الأدوات المختلفة لمجتمع المعلومات الفرصة لانتشار واسع المدى للنكتة سواء في شكل نص مكتوب أو ملف فيديو أو صوت مسموع.

وبالطبع وراء هذا النمط من التداول شخص مبدع قادر على الرسم الكاريكاتيري أو "النتكيت" إذا جاز التعبير، وقادر على سبر أغوار المجتمع للتعرف على أزماته ومشكلاته التي يعكسها في نكته ورسوماته. ومن يدعي بأن هذا النمط من التداول أقلهم تأثيرًا فهو مخطئ بالدرجة الأولى؛ لأن من يقوم بتحليل مضمون بعض النكت

أو حتى الرسومات الكاريكاتيرية يستطيع معرفة أزمات ومشكلات المجتمع، وأدل مثال نسوقه هنا: تأثير نشر رسومات الكاريكاتير المسيئة لسيد الخلق سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم) على المجتمعات العربية الإسلامية.

### 10-8-12 تداول الافتكاسات:

وهذا النمط من التداول مقصور فقط على تبادل الافتكاسات، والمقصود بالافتكاسات هنا: الشائعات والمعلومات المغلوطة، ومن أبرز الافتكاسات التي أشار إليها الشباب هي القول بأن " دعاءك مستجاب عند الشجرة المباركة ". والمقصود بالشجرة هنا: تلك الشجرة الموجودة في طريق مصر الإسماعيلية والتي اكتشف البعض أن لفظ الجلالة الله محفور عليها، مما دفع البعض إلى ترويح الشائعات بأهمية الشجرة وفوائد التواجد عندها وأخذ البركة منها.

### 10-9 نتائج الدراسة: مناقشة عامة واستخلاصات

في ضوء التحليلات السابقة، يمكننا الوقوف على أبرز نتائج الدراسة بشكل مختصر:

- ❖ لقد تغيرت أشكال وأنماط المعلومات جملة وتفصيلاً، فلم تعد المعلومة أسيرة لثوبها التقليدي "النص والكتاب"، وإنما تجاوزت ذلك إلى الفكرة والنكته والصورة، فقد أصبحت رقمية. وهذه المواصفات سهلت من عملية تداولها إلكترونياً، فهي بهذه الخصائص أصبحت طيعة التنقل والتجوال داخل الفضاء المعلوماتي.
- ❖ أوضحت الدراسة الميدانية أن المعلومات الدينية من أكثر أنماط المعلومات تداولاً بين الشباب. فالمعلومة الدينية أصبحت لها أهمية في حياتنا اليومية للفصل في الكثير من المواقف الحياتية. وأيضاً أوضحت الدراسة أن هذه المعلومات تلعب دوراً مؤثراً في إعادة توجيه سلوك الكثير من الشباب إلى الطريق القويم.
- ❖ أشارت الدراسة الميدانية إلى وجود عدد معين من الشخصيات الدينية، لعل في مقدمتها عمرو خالد، تلعب دوراً مؤثراً على عملية التداول المعلوماتي وعلى محتوى التداول ذاته.
- ❖ أوضح العديد من الشباب أنهم يستفيدون بشكل أساسي من المعلومات في حياتهم العملية والعلمية. فمن خلالها يمكن الحصول على فرصة للعمل، أو عن طريقها يمكن تعلم مهارة ما تمكنهم فيما بعد من الحصول على العمل وتكسيبهم معارف متنوعة. وفي هذا الصدد اعتبر الشباب المعلومات خريطة تفصيلية لمختلف جوانب الحياة. ولن تتوقف الاستفادة عند هذا الحد بل تتدخل المعلومة بشكل أو بآخر في تشكيل طموحات هؤلاء الشباب واعتبارها كمقياس للشخصية الإنسانية.

- ❖ أبرزت الدراسة الميدانية أهم المعلومات التي يسعى الشباب إلى تعلمها وتدارسها وفهمها فهماً جيداً وصحيحاً. وتتحدد في ثنائية معلوماتية، أولها: المعلومات الدينية، وتعلم المعلومات الدينية هنا يرتبط بتعلم كيفية الحصول عليها وأبرز المواقع التي تنقلها. وثانيها: المعلومات التكنولوجية، وهذه المعلومات بطبيعتها الحال معلومات لا بد من تعلمها وإتقانها حتى يمكن التفاعل الإيجابي داخل مجتمع المعلومات.
- ❖ إن هناك أنماطاً من المعلومات التي يخفيها الشباب عن بعضهم البعض، لعل من أكثر هذه المعلومات هي المعلومات الجنسية الإباحية، والإخفاء في هذه المعلومة له مبرر. والإخفاء هنا لا يحمل معنى حجب التداول، وإنما يعني اختيار وانتقاء الشخص المرسل إليه. كما يعني الإخفاء هنا إحاطة المعلومة قدرًا من السرية والكتمان. ولذلك فمن المعلومات التي يخفيها الشباب أيضًا المعلومات المتوفرة حول فرص العمل والوظائف والمعلومات السياسية.
- ❖ أشارت الدراسة الميدانية إلى أن أكثر الأجزاء المستقاة من مصادر المعلومات يأتي مشهد الفيديو في مقدمتها ثم الصور فالنصوص المكتوبة والتي تتخذ أكثر من شكل مثل: نص من كتاب، ونص من القرآن الكريم، وأجزاء من مقالات.
- ❖ تسبق عملية التداول المعلوماتي عمليات تجهيز وإعداد للمعلومات المتداولة، وتتحدد هذه العمليات في عملية ضغط الملفات، وعمليات القص والمنتجة، وعمليات إضافة المؤثرات الصوتية، عملية إضافة نص للمعلومات، عملية إضافة الصور، عمليات الحذف والتهديب، عملية ترجمة بعض الكلمات.
- ❖ انحصرت أدوات التداول في هذه الدراسة في الذاكرة الإلكترونية وحجمها ومساحتها والتي تنوعت بين الهارد وال فلاشة والكارث الميموري، ثم البريد الإلكتروني الذي يعد هو الآخر إحدى أبرز أدوات التداول الإلكتروني ثم الأسطوانات والريدر والموبايل وتقنياته المتعددة.
- ❖ أوضحت الدراسة الميدانية أن هناك ثمة تحفظات في عملية التداول المعلوماتي، فالبعض يحيط الكثير من المعلومات قدرًا من السرية والخصوصية؛ ونظرًا لأنه ليست كل المعلومات صالحة للتداول فهناك عدة اعتبارات تؤخذ في الاعتبار عند اتخاذ قرار التداول. لعل أبرز هذه الاعتبارات نوعية الديانة، اهتمامات الآخرين وميولهم. بالإضافة إلى ذلك فهناك شروط ومتطلبات للتداول المعلوماتي: منها توافر الوسيلة نفسها وبرامج معينة ومساحة الذاكرة الإلكترونية... إلخ.

❖ انحصرت أبرز الأحداث المتداولة بين الشباب في أربعة أحداث، أولها أنفلونزا الطيور، وثانيها التعديلات الدستورية، وثالثها سفاح المعادي ثم رابعها حادثة إعدام صدام حسين.

وفي المجمل يمكننا الوقوف على عدد من الاستخلاصات المهمة:

#### أ - أزمات المجتمع في خطاب الشباب المعلوماتي المتداول:

عكست الدراسة الميدانية نتيجة في غاية الأهمية، ألا وهي أن الشباب المصري ليس شبابًا سلبيًا أو يعيش حالة من اللامبالاة على جميع المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، بل على العكس يعيش داخل الحدث ويسهم في تحريكه ودفعه، ولكن بطريقة مستترة كامنة. وتبدت هذه الحركات الكامنة في مدى وعيه بجميع الأزمات التي يخبرها مجتمعه على جميع الأصعدة السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

وقد عكست الشواهد الميدانية هذه النتيجة. فقد تواجد هؤلاء الشباب بقوة في أزمة الوزير فاروق حسني خلال تصريحاته حول قضية الحجاب، كما تواجد - أيضًا - في أزمة تصريحات بابا الفاتيكان، ولم يغيب من ناحية أخرى عن التعديلات الدستورية الأخيرة كما يدعي البعض، وإنما حاول تحريكها ودفعها بنحو أو بآخر.

#### ب - مناقشة قضايا المجتمع وحسم الخلاف حولها:

لقد أوجد مجتمع المعلومات للشباب ملتقى فكريًا يلتقون من خلاله ليناقشون قضايا مجتمعهم دون قيود أو حدود تؤيد حرياتهم في التعبير. ومن نوعية القضايا التي يناقشها هؤلاء الشباب نستطيع الوقوف على نمط تفكيرهم واتجاهاتهم وتوجهاتهم القيمة. ومن أولى القضايا التي ناقشها هؤلاء الشباب " قضية الإسدال ". وقد انقسمت حالات الدراسة في مناقشتهم لهذه القضية إلى فريقين، الأول يرى الإسدال لباسًا وزيًا إسلاميًا ينبغي على كل فتاة مسلمة أن ترتديه، والثاني اعتبره موضحة وستارًا لارتكاب العديد من الجرائم، وتبادل كلا الفريقين الرأي حول هذه القضية. ومن خلال هذه المناقشات التي يتم تدويرها من خلال عملية التداول المعلوماتي يتشكل وعي ثقافي وفكري حول هذه القضايا.

#### ج - التداول وإعادة توجيه وتعديل السلوك:

كشفت الدراسة الميدانية عن أثر التداول على السلوك الشخصي. فتداول المعلومات ليس مجرد انتقال معلومة من فرد إلى آخر دون ترك أي أثر، وإنما يترك التداول أثرًا بلا شك. فإذا لم يعدل السلوك، فإنه على أقل تقدير يتأثر بشكل أو بآخر بمضمون الرسالة التي استقبلها، فقد أوضحت الحالة العشرين أنها استقبلت رسالة دينية يشير محتواها إلى فضل صلاة الوتر، الأمر الذي دفعها إلى المواظبة على تأدية هذه الصلاة. وقد لخصت كلمات الحالة العشرين أثر التداول على سلوك الفرد واتجاهاته بأنه سوف يترك أثرًا ما، وذلك من منطلق القول المأثور " العيار اللي ما يصيبش بيدوش ". إذا من يدعي بأن التداول مجرد تمرير رسالة تنقل من هنا إلى

هناك ومن تلك إلى ذاك دون ترك أي أثر هو قول خاطئ جملة وتفصيلاً.

#### د - أسلمة المعلومات المتداولة بين الشباب:

هناك اتجاه قوي سائد بين الشباب يتجه نحو أسلمة المعلومات المتداولة فيما بينهم، وقد اتخذت المعلومات الدينية المتداولة بين الشباب الأشكال الآتية:

#### □ النصوص الدينية المكتوبة:

- الأحاديث النبوية.
- السيرة النبوية.
- أذكار الصباح والمساء.
- أحاديث حول الجنة والنار.

#### □ مشاهد الفيديو:

- مشاهد فيديو لحلقات دينية.

#### □ الموبايل:

- النعمات الدينية.
- الرسائل الدينية.
- أدعية إسلامية.

ولم يقتصر الأمر على النصوص والأصوات والنعمات والفيديو الديني، وإنما سعى الكثير من الشباب لتأكيد هذه النوعية من المعلومات من خلال تداول البرامج الدينية. ونشير في هذا الصدد إلى أحد البرامج الدينية التي أشارت إليها إحدى الحالات وهو برنامج "إلا صلاتي" وهذا البرنامج ليس "فري وير" كما يقولون وإنما هو "دعاء وير"، ويرفع هذا البرنامج شعاراً إذا كنت تريد استخدامه عليك الدعاء لنا وللمسلمين. وتتنحصر وظائف هذا البرنامج في:

- ❖ حساب أوقات الصلاة لـ 252 بلدًا و 9511 مدينة.
- ❖ التنبيه لوقت الأذان بأكثر من طريقة مع إمكانية سماع الأذان بأكثر من صوت.

- ❖ عرض التاريخين الهجري والميلادي على الشاشة الرئيسية للبرنامج.
- ❖ يستطيع البرنامج تنفيذ أوامر قبل وبعد الأذان مثل تشغيل وإغلاق برنامج آخر.

- ❖ قاعدة بيانات للأذكار مع إمكانية تحديد وقت ظهور شاشة الأذكار.
- ❖ عرض أذكار الصباح والمساء في أوقات يحددها المستخدم.
- وفي نهاية هذا العرض، يُطلب من مستقبل الرسالة "لا تترك البرنامج عندك فقط، مرره إلى جميع أصدقائك لتتال الثواب ويستفيد الجميع".

#### ه - التداول والوعظ غير المباشر:

لعب التداول ووظيفة الوعظ غير المباشر من خلال المعلومات الدينية المتداولة فيما بين الشباب، فقد كشفت الدراسة الميدانية عن الدور المهم الذي تؤديه الرسائل

الدينية التي يتلقاها الأفراد عن طريق البريد الإلكتروني أو الموبايل. فهذه الرسائل تقوم بدور التنشئة الدينية عن طريق تصحيح بعض الأفكار وتأكيد بعضها وتنقيحها، وإعادة توجيه رؤية البعض نحو بعض القضايا الدنيوية والدينية.

#### و - التداول والتحذير من بعض المشكلات أو المخاطر:

فقد أوضحت الدراسة الميدانية أن التداول ربما يكون ضروريًا في تحذير البعض من الكثير من الأمور الخطرة على الساحة مثلاً. ويتضح هذا بوضوح من الرسالة التي تصل إلى فرد تحذره من أن هناك إمبراً تستخدم وينتقل من خلالها الإيدز أو السرطان. فهنا التداول أصبح أمرًا حيويًا وله وظيفة يؤديها، فمن خلال رسالة قصيرة استطاعت منع انتشار مرض خطير وإنقاذ حياة مئات من الناس، وأشارت الدراسة إلى الكثير من الأمثلة على ذلك.

#### ز - تلاشي المصادر التقليدية مقابل ذبوع وانتشار المصادر الإلكترونية:

لقد أصبح دور الكتاب كمصدر في مجتمع المعلومات ثانويًا مقارنة بالمصادر الإلكترونية الأخرى المتنوعة والمتعددة التي تتصف بسماوات وخصائص المجتمع الإلكتروني. وفي ضوء هذا التلاشي أو التجاهل من الشباب للاعتماد على الكتاب، طور المهتمون بنشر وتداول الكتب شكل الكتاب في مجتمع المعلومات، بحيث أصبح كتابًا إلكترونيًا E-Book.

فسهولة استخدام وإتاحة المصادر الإلكترونية في مقابل الصعوبات التي يواجهها الشباب للحصول على بعض المعلومات من الكتب التقليدية في المكتبات المختلفة جعل اعتمادهم الوحيد ينصب على المصادر الإلكترونية. وتلخص الحالة العشرون هذه الأزمة " فالكتب دي مستحيل، الكتاب الوحيد اللي ممكن يتقرأ القرآن الكريم ". ويبيد الكثير من حالات الدراسة العديد من التفسيرات لهذا التجاهل، والذي ينحصر في سرعة إيقاع الحياة وتناسب مفردات مجتمع المعلومات مع هذا الإيقاع، وبما أن الشباب جزء لا يتجزأ من هذه الحياة، لذا فدائمًا ما يبحث عن البساطة عن المعلومات المفيدة والسريعة، وهذا ما يوفره الإنترنت بمواقعه المختلفة.

#### ح - الفروق النوعية بين عينة الدراسة:

لقد انحصرت تداول المعلومات السياسية بشكل أكبر بين شريحة الشباب المتواجد في سوق العمل وبدأ الاختلاط بالحياة الاقتصادية والسياسية. فاهتمامات هذه الشريحة تختلف إلى حد ما عن شريحة الشباب في المرحلة الجامعية، فالاهتمامات مختلفة نظرًا لاختلاف الطموحات والأهداف وأيضًا الخبرات. أما على مستوى النوع، فقد تبذت الفروقات النوعية بين الذكور والإناث في عينة الدراسة في الجزئية الخاصة بمعالجة المعلومات التي سوف يعاد إرسالها، ففي حالة الإناث فتجهيز المادة يختلف إلى حد كبير عن تجهيز المادة بين الذكور خاصة فيما يتعلق بحذف بعض المعلومات الإباحية. وهذا خلاف ما أشار إليه بعض الشباب الذكور، فإذا كان بعضهم يحذف هذه النوعية من المعلومات إلا أن البعض الآخر يتداولها بدون أية تحفظات، هذا

خلاف تداول هذا النمط من المعلومات بين الإناث، الذي يرفض على الإطلاق. ولا يتوقف التحفظ عند هذا الحد، بل تحذف أية إشارات أو تلميحات خارجة عن الذوق العام بين الإناث.

#### ط - تداول الفتاوى الشرعية:

كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن تداول الفتاوى الشرعية بين الشباب. ويأخذ هذا التداول شكلين، يتحدد الشكل الأول في مناقشة فتوى بين الشباب وأخذ آرائهم حول هذه الفتوى سواء بالرفض أو القبول مع تدعيم الرأي بالشواهد والحجج المقبولة عقلياً أو حتى بالرجوع إلى القرآن والسنة. أما الشكل الثاني فيتجسد في الحصول على الفتوى من جهة موثوق فيها أو أشخاص موثوق في علمهم وثقافتهم الدينية أمثال أساتذة جامعة الأزهر أو حتى أبرز الشيوخ أمثال محمد حسان، محمود المصري، علي الجعفري أو بعض الدعاة الجدد أمثال عمرو خالد وهكذا، ثم تبادل الإفتاء فيما بينهم.

وبالطبع لعبت أدوات مجتمع المعلومات في تسهيل الحصول على هذه الفتاوى من خلال بعض المواقع الدينية لبعض الشخصيات السابقة الذكر أو عن طريق البريد الإلكتروني لكل داعية ثم يتبع هذه الإجراءات نشر وتبادل الفتوى فيما بين الشباب بتحريم هذا وتحليل آخر.

كما تشير الدراسة إلى بعض القضايا الجديرة بالاهتمام البحثي المستقبلي:

- ❖ المبدعون ودورهم في تحريك عملية التداول المعلوماتي. فشريحة الشباب المبدع المحرك للأحداث والمصمم للكثير من المعلومات المتداولة فيما بين الشباب. فنحن بحاجة ماسة لتدارس هؤلاء المبدعين وكيف يصممون هذه المعلومات، وما طبيعة المعلومات التي يصممونها ويسعون إلى نشرها، هذا بالإضافة إلى تسليط الضوء على السياق الاجتماعي الذي تشكل بداخله هذا المبدع.
- ❖ تأثير تكنولوجيا المعلومات على الدين. فقد أوضحت الدراسة الراهنة أن أدوات ووسائل مجتمع المعلومات المتعددة أثرت بشكل أو بآخر على الدين من مختلف الجوانب. فقد أصبح أكثر تعاملات الشباب مع الدين، الدين أون لاين أو الدين في ثوبه الرقمي أو الديجتال إذا جاز التعبير. لكن هذا الواقع الذي أظهرته الدراسة الميدانية، فقد أصبح مصحف القرآن على الموبايل، وأصبحت الأحاديث والسير النبوية على البريد الإلكتروني. وكل هذه التغيرات بحاجة إلى تسليط الضوء عليها في دراسة كاملة.

كشفت الدراسة الميدانية عن دور المعلومات في تشكيل نوعية حياة خاصة للشباب وأسلوب ونمط خاص في التعامل مع متغيرات المجتمع الافتراضي والواقعي. الأمر الذي يستلزم معه إجراء المزيد من الدراسات لاستكشاف نوعية هذه الحياة وأثر المعرفة والمعلومات التي يتعامل من خلالها هؤلاء الشباب في تشكيل

نوعية حياتهم وطموحاتهم المستقبلية.

### المراجع والهوامش:

---

- 1 - حسني الشيمي، جامعة الدول العربية وقضية المعلومات، مجلة السياسة الدولية، العدد 139، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، القاهرة، 2000، ص 161.

- 2- Gbenga Sesan , African Youth and the Information Society, African Information Society Initiative ,United Nations Economic Commission For Africa (UNECA),2002,p.2.
- 3 - سهل فاضل؛ التأثيرات المعرفية لدرجات ومستويات اعتماد جمهور القرية على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، مجلة كلية الآداب، العدد الرابع والعشرون، إبريل، الزقازيق، 1999، ص 98.
- 4 - انظر: مجبل لازم المالكي، وصفي عايض الدوير، خصائص وأبعاد مجتمع المعلومات، مجلة النادي العربي للمعلومات، 2004، ص 24.
- 5 - حول فكرة التداول انظر: سعيد صابر المصري، التراث الشعبي والبناء الطبقي: دراسة لعمليات إنتاج الثقافة الشعبية وتداولها بين فقراء الحضر في القاهرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2002، ص 17.
- 6 - المرجع السابق، ص 17.
- 7 - إيناس حسن علي، بعض الملامح الثقافية لدى الشباب مستخدمي الإنترنت: دراسة ميدانية على عينة من الشباب مستخدمي الإنترنت بمدينة المنيا، المركز الديموجرافي، القاهرة، 2005، ص 6.
- 8 - للاطلاع على مزيد من التفاصيل راجع نماذج من هذه الدراسات:  
 - حنان محمد حسن سالم، الآثار الاجتماعية لمحادثات الإنترنت: دراسة استطلاعية لعينة من الشباب المصري، المركز الديموجرافي، 2005.  
 - عيشة خليل، الشباب واستخدامات الإنترنت لدى عينة من طلاب الجامعة، المركز الديموجرافي، القاهرة، 2005.  
 - مجلس الوزراء، تأثير الإنترنت على الشباب في مصر والعالم العربي، المركز الديموجرافي، القاهرة، 2005.
- 9 - حول هذا التصور انظر: أحمد زايد، تصميم البحث الاجتماعي: أسس منهجية وتطبيقات عملية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2002، ص 187.
- 10 - مؤتمر عالمية الخدمة الاجتماعية وخصوصية الممارسة، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، المجلد الثاني، 2003، ص 337.
- 11 - سهير إبراهيم ميهوب، الدوافع المختلفة لاستخدام الحاسوب وعلاقتها بالتحصيل الدراسي لدى المراهقين من طلاب المرحلة الإعدادية بالقاهرة، المؤتمر العلمي السنوى السادس عشر، الخدمة الاجتماعية وعصر المعلومات، جامعة القاهرة، فرع الفيوم، 2005، ص 522.
- 12 - أحمد محمد البسيوني موسى، التفاعل الجماعي الموجه للشباب وتنمية سلوكهم الديموقراطي: دراسة تجريبية مطبقة على شباب الحزب الوطني الديموقراطي بمدينة المحلة الكبرى بمحافظة الغربية، المؤتمر العلمي الخامس عشر، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 2002، ص 89.
- 13 - يسري سعيد حسنين، تصور مقترح لتدعيم أجهزة رعاية الشباب الجامعي لمواجهة العنف من منظور خدمة الجماعة، المؤتمر السنوى الحادى عشر، العولمة والخدمة الاجتماعية: نحو مستقبل أفضل لسياسات الرعاية الاجتماعية فى القرن الواحد والعشرين، الجزء الثانى، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة الفيوم، 2000، ص ص 44-46.
- 14- Pablo Chufeni, Youth Definition, Servas Youth Works Group, 2009,p.1.

- 15- أميمة محمد أبو الخير، هموم المثقف الشاب: ملاحظات أولية، أعمال الندوة السنوية السابعة لقسم الاجتماع، تحرير محمود الكردي، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2000، ص 285.
- 16- علي أبو ليلة، ثقافة الشباب: مظاهر الانهيار ونشأة الثقافات الفرعية، في دراسات مصرية في علم الاجتماع، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2002، ص ص 279 - 280.
- 17- محمد عبد النبي، الشباب وفرص الحراك الاجتماعي: دراسة عبر جيلين، أعمال الندوة السنوية السابعة لقسم الاجتماع، تحرير محمود الكردي، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2000 ص ص 107 - 108.
- 18- شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000، ص 101.
- 19- أشرف عبد المحسن، أرشفة البريد الإلكتروني، مجلة المعلوماتية، العدد الثالث عشر، 2005، ص 16.
- 20- حسن عماد مكاوي، محمود سلمان، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2000، ص 16.
- 21- Shunya Yoshimi, Information, Theory, Culture & Society , SAGE Publications, London, , 2006 , p.271.
- 22- Juan G. Roederer, On The Concept Of Information And Its Role In Nature, Geophysical Institute, University of Alaska-Fairbanks, USA, 2002,p.p.2-4 .
- 23- مصطفى عبد السميع محمد، عبد الفتاح محمد الفولي، نحو نموذج تطويري للجامعات العربية من منظور التنظيم الرقمي للمؤسسات، المؤتمر السنوي الأول لتكنولوجيا المعلومات والتنمية الإدارية " نحو منظمة رقمية"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2002، ص 6.
- 24- See: Miriam Lux, Level of Data - A Concept for Knowledge Discovery in Information Spaces, Fraunhofer Institute for Computer Graphics, Darmstadt, 1998.
- 25- نبيل علي، الثقافة العربية في عصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، العدد 265، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001، ص 70.
- 26- حول هذا الرأي يمكن الرجوع إلى:  
Naisbitt,J., Megatrends , Ten New Directions Transforming Our Lives, New York, Warner Books , 1982.
- 27- ماهر جابر محمد، تطور الهندسة والتكنولوجيا من العصر الحجري إلى عصر المعلومات، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2006، ص 199.
- 28- See: Kim, Sangmoon, Measuring Social Informatization, Conference Paper, Southern Sociological Society , 2003, p.p.22-27.
- 29- محمد فتحي عبد الهادي، المعلومات وتكنولوجيا المعلومات على أعتاب قرن جديد، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، 2000، ص 18.
- 30- علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو - اجتماعية: بحث تحليلي في الآلية التقنية للإنترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة أطروحات الدكتوراه 53، بيروت، 2005، ص 227.

- 31- عبد الملك بن السبتي، التبادل الإلكتروني للمعلومات ما بين الأساتذة الباحثين في جامعة منتوري قسنطينة، الندوة العربية الخامسة للمعلومات، مجلة النادي العربي للمعلومات، 2004.
- 32- حول هذه الفكرة انظر: سعيد المصري، مرجع سابق، ص 17.
- 33- Neil Turnbull , At Modernity's Limit Technology as World and Idea , Theory, Culture & Society , Vol. 23(5), SAGE, London, Thousand Oaks and New Delhi ,200 p.136.
- 34- نبيل علي، نادية حجازي، الفجوة الرقمية: رؤية عربية لمجتمع المعرفة، سلسلة عالم المعرفة، العدد 318، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2005، ص ص 29- 31.
- 35- عبد الملك بن السبتي، مرجع سابق، ص 124.
- 36- معن خليل عمر، علم اجتماع المعرفة، دار الأمل، 1993، ص ص 37-38.
- 37- كمال التابعي، ليلي البهنساوي، مقدمة في علم اجتماع المعرفة، دار النصر للتوزيع والنشر، القاهرة، 2006، ص 283.
- 38- السيد بخيت، الاستخدامات المتخصصة للإنترنت لدى أساتذة الاتصال الجماهيري : دراسة مقارنة بين الأساتذة العرب والأمريكيين، المجلة العلمية لبحوث الإعلام، العدد التاسع، أكتوبر، ديسمبر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2000، ص 114.
- 39- أحمد زايد، علم الاجتماع ودراسة المجتمع، دار النصر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص ص 115 - 117.
- 40- See; Williams,F., The Information Society as an Object of Study, In F.Williams (ED.), Measuring the Information Society, Newbury Park, Sage Publication, 1998.
- 41- سيد عويس، هتاف الصامتين: ظاهرة الكتابة على هياكل المركبات في المجتمع المصري المعاصر، دار الطباعة الحديثة، القاهرة، 1971.
- 42- وجدى شفيق عبد اللطيف، محمد سعيد عبد المجيد، العولمة والتغير الاجتماعي: دراسة تنبؤية لدراسة هتاف الصامتين، أعمال الندوة السنوية العاشرة لقسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2004.
- 43- على المكاوي، ظاهرة الكتابة على العملة الورقية: دراسة وثائقية ميدانية، مكتبة نهضة القاهرة، القاهرة، 1991.
- 44- أحمد زايد، خطاب الحياة اليومية في المجتمع المصري، دار القراءة للجميع للنشر والتوزيع، دبي، 1992.
- 45- Caroline Mei Lin Ho, Developing Intercultural Awareness and Writing Skills Through Email Exchange, The Internet TESL Journal, Vol. VI, No. 12, December 2000.
- 46- سعيد صابر المصري، التراث الشعبي والبناء الطبقي دراسة لعمليات إنتاج الثقافة الشعبية وتداولها بين فقراء الحضر في القاهرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2002.
- 47- عدلى السمري، أحاديث صامتة: الكتابة والرسم على المقاعد الدراسية: دراسة على طالبات جامعة الإمارات، مجلة شؤون اجتماعية، العدد 60، السنة 23، جمعية الاجتماعيين والجامعة الأمريكية، الشارقة، الإمارات، 2006.

- 48- عبد الملك بن السبتي، التبادل الإلكتروني للمعلومات ما بين الأساتذة الباحثين في جامعة منتوري قسنطينة، الندوة العربية الخامسة للمعلومات، مجلة النادي العربي للمعلومات، 2004.
- 49- أحمد زايد، تصميم البحث الاجتماعي، مرجع سابق، ص 41.
- 50- شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال : المخاطر والتحديات والتأثيرات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000، ص 197.
- 51- علي محمد رجومة، مرجع سابق، ص 380.
- 52- المرجع السابق، ص 121 - 122
- 53- Ken Wieland, Flash in the Online Plan; Rich Internet technologies can make your website more engaging for customers and more profitable for you, Telecommunications International.; Mar 2006. Vol. 40, Iss. 3; p. 14.
- 54- محمد تيمور عبد الحسيب، محمود علم الدين، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق، القاهرة، 1997، ص 34.
- 55- التقرير العالمي لليونسكو، من مجتمع المعلومات إلى مجتمعات المعرفة، مطبوعات اليونسكو، 2005، ص 55.
- 56- لمزيد من التفاصيل حول هاتين العمليتين انظر:
- 57- منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004، ص 121.
- 58- والمقصود بالرسائل المتسلسلة هي أية رسالة كتبت بغرض أن تنشر بين أكبر عدد من المستخدمين، وغالبًا ما تحتوي على معلومات غير صحيحة.
- 59- عبد القادر بن عبد الله الفتوح، الشائعات من المنظور التقني في عصر المعلومات، أعمال ندوة الشائعات في عصر المعلومات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، 2003، ص 159.