الصّراعُ القيميُّ في الفضاء الافتراضيّ (مقاربةٌ منهجيّة في دراسة المعلوماتيّة الاجتماعيّة)

*رولا عوده السوالقة**

الملخّــص

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح مفهوم الصّراع القيميّ وتحديد أبرز موضوعاته في الفضاء الافتراضيّ من خلال مراجعة الأدبيات بوَصفْها طريقةً منهجيّة لجمع البحوث السابقة ذات الصلّة وتوليفها بالصّراع القيميّ في الفضاء الافتراضيّ، والاسترشاد بقضايا نظريّة التفاعليّة الرمزيّة للوقوف على أسبابه وفهم أبعاده. وتوصّلت نتائجها إلى أنّ أبرز الموضوعات التي أثارت صراع الأفراد القيميّ في المجال الاقتصاديّ هي الكسبُ والاستهلاك، وفي المجال الاجتماعيّ صراعُ الأجيال، والعنفُ الإلكترونيّ، وتعميق عدم الشعور بالانتماء الاجتماعيّ، ونشرُ السلوك المنحرف والميول الجنسيّة غير السّويّة وتعزيزُها، وأمّا في المجال السياسيّ فبرز موضوع إعادة تشكيل الوعي السياسيّ من خلال القدرة على الترويج على نحوٍ مُكثّفٍ لأيديولوجيّات وتوجّهات سياسيّة جديدة قد تصبُّ في مصلحة الأفراد ومصلحة أوطانهم أو في ما يُثير الصّراع، وإحياء العامل الدينيّ وإعادته إلى المجال العامّ، وتعزيز قيم الولاء والانتماء وظهور المواطنة الرّقْميّة التي ساهمت في تعزيز مبادئ الديمقراطيّة والتحرّر، وفي ما يتعلّق بالمجال الثقافيّ برزت ظاهرة الاغتراب، وكلّ ما يرتبط بهُويّة أفراد المجتمع وخصوصيّتهم الثقافيّة، التي استهدفها الغزوُ الثقافيّ الفكريّ مؤديًا بها إلى التبعيّة والانسلاخ عن الذات أو الاستسلام والانبهار والتنكّر للهُويّة القوميّة، والوطنيّة، والشخصيّة.

الكلمات الدالة: الصّراع القيمي، وسائل الإعلام الجديد، الثقافة السيبرانيّة، المعلوماتيّة الاجتماعيّة.

المقدمة

أَحدثَت الثقافةُ الرقَّميّةُ التي أَوجدتها وسائل الإعلام الجديد المتنوّعة تغيراتٍ جذريّةً في الأنساق الثقافيّة والأبنية التنظيميّة في مختلف مجالات الحياة، ونَجَمَ عنها ظواهرُ جديدةٌ وتأثيراتٌ مباشرةٌ على مُختلف التنظيمات والبُنى الاجتماعيّة، من بينها ظاهرة الصّراع القيميّ، ومستخدموا الشّبكَة العنكبوتية (الإنترنت) يصنعون مجتمعاتهم الافتراضيّةَ عبرَ وسائل الإعلام الجديد انطلاقًا من خلفيّاتهم الثقافيّة؛ فهم يدركون الفضاء السيبرانيّ وتطبيقاته من خلال هُويّاتهم الطبيعيّة، ومِنْ ثَمَّ يستخدمونهُ مَلعبًا للذات التي تَستقبلُ وترسل مجموعةً من القيم المتناقضة أو المتماثلة لقيمهم (رحومة، 2008).

وقد شَكّلت وسائل الإعلام الجديد، مثل: الفيسبوك، وتويتر، وإنستغرام، وتمبلر، ولينكد إن، ويوتيوب، حركةً وبُنية اجتماعيّة ديناميكيّة لسرعة انتشارها وتطوّر تطبيقاتها وازديادها والقدرة على تحميلها على أجهزة الهواتف الذكيّة، فأصبحت محورَ اهتمام الأفراد نظرًا إلى ما تحمله من معلومات وأخبار وأحداث متنوّعة تنقلها لحظة وقوعها بسرعة وعلى نحوٍ مُكثّف، وتجعل الأفراد –خاصّةً الشباب– على تواصل دائم معَ العالم صوتًا وصورة، ممّا جعلها ذات قدرة تأثير هائلة في نواحي الأفراد المعرفيّة والسلوكيّة والعاطفيّة، فباتت سلاحًا ذا حدّين بخصائصها الإيجابيّة والسلبيّة بالذات على منظومة الأفراد القيميّة، وازدادت شدّة تأثيرها في المجتمعات غير المستقرّة بنائيًّا. (طه، 2019؛ زعلان وآخرون، 2014)

وتؤدّي وسائل الإعلام الجديد دورًا في تشكيل رؤية

* كلية الآداب، الجامعة الاردنية.

تاريخ استلام البحث 2019/10/2 وتاريخ قبوله 2020/8/24.

© 2020 عمادة البحث العلمي/ الجامعة الاردنية. جميع الحقوق محفوظة.

الأفراد لأنفسهم وللآخرين من خلال إغراقهم بعروض عن شكل الآخرين ومشاعرهم وحياتهم ومأكولاتهم وملابسهم ومشروباتهم، وتَتَحكّم في المواقف وأنماط الاستهلاك والإبداع، وكذلك في أشكال التعبير والتنوّع الثقافيّين، فهي تؤثر في عمليات تحديد الهُويّة الذاتيّة على المستويين الفرديّ والجماعيّ (UNESCO, 2009)؛ لذا جاءت هذه الدراسة لتحليل ماهيّة الصّراع القيميّ الناجم عن وسائل الإعلام الجديد والكشف عن موضوعاته من منظور سوسيولوجيّ مستند على مدخل المعلوماتيّة الاجتماعيّة الذي يهتمّ بفحص المظاهر والمنظورات الاجتماعيّة لوسائل الإعلام الجديد وتعرُّف دورها في التغيّر الاجتماعيّ والتنظيميّ وما ينجم عنه من ظواهرَ كصراع القيم، إضافة إلى فهم ماهيّة الصّراع القيميّ عبر منظور التفاعليّة الرمزيّة في فهم التأثيرات الاجتماعيّة والقيميّة لتكنولوجيا المعلومات و(الإنترنت).

1. مشكلة الدراسة وأسئلتها:

تُبنى وسائل الإعلام الجديد على أُسُس أيديولوجيّة وتكنولوجيّة تعتمد على صفحات (الإنترنت–خدمة الويب 2)، التي تُتيح التواصل والتفاعل النشط بين أفراد المجتمعات من خلال الرسائل الصوتيّة المسموعة والمكتوبة والمرئيّة وتبادل الملفّات وإنشاء مجموعات النقاش والبريد الإلكترونيّ والمدوّنات، مما أسهم على نحوٍ أكبر في خلق مفاهيمَ قيميّة جديدة من شأنها أن تُحدث صراعاً في العالم الافتراضيّ ينعكس على العالم الاجتماعيّ الواقعيّ، كنشرها قِيَمَ ثقافة الاستهلاك وبثّ الأفكار الرجعيّة والطائفيّة ونشر العنف والفوضى والإرهاب والأعمال الإجراميّة والشائعات وزعزعة القناعات الفكرية والثوابت العقائديّة والمقوّمات الأخلاقيّة والاجتماعيّة التي من شأنها تهديد أمن المجتمع واستقراره السياسيّ ونسيجه الاجتماعيّ، وتشكيل الاتجاهات والقيم السياسية لدى الشباب خاصّةً؛ لذا تكمن مشكلة الدراسة في الإجابة عن الأسئلة الآتية:

1. ما مفهومُ الصّراعِ القيميّ؟
2. ما موضوعاتُ الصّراع القيميّ في الفضاء الافتراضيّ؟
3. كيف يُفسّر منظور التفاعليّة الرمزيّة ظاهرة الصّراع القيميّ في الفضاء الافتراضيّ؟

2. أهميّة الدراسة:

أ. تبرز أهميّة هذه الدراسة في مناقشتها أخطر الظواهر الاجتماعيّة وأهمّها، وهي "ظاهرة الصّراع القيميّ"، التي استأثرت باهتمام الباحثين السوسيولوجيين والسياسيين في ظلّ تزايد تطبيقات وسائل الإعلام الجديد وتزايد مستخدميها وتنوّعهم النوعيّ والعمريّ والطبقيّ، التي أدّت إلى تنامي مفاهيم قيميّة جديدة أسهمت في تشكيل وعي الأفراد –خاصّةً الشباب– الاجتماعيّ والسياسيّ.

ب. تكتسب الدراسة أهميتها من تقديمها تحليلًا سوسيولوجيًّا يُسهم في إثراء ميدان البحث الخاصّ بالدراسات المعلوماتيّة السوسيولوجيّة، التي تهمّ نتائجه الباحثين في الدراسات الأمنيّة والسياسيّة والباثولوجيا الاجتماعيّة وعلم الجريمة، من خلال تناول ظاهرة "الصّراع القيميّ" في سياق وسائل الإعلام الجديد.

3. أهداف الدراسة:

1. تعرُّف مفهوم الصّراع القيميّ.
2. تعرُّف موضوعات الصّراع القيميّ في الفضاء الافتراضيّ.
3. تحليل ظاهرة الصّراع القيميّ في الفضاء الافتراضيّ من منظور التفاعليّة الرمزيّة.

4. منهجيّة الدراسة:

استندت الدراسة على مراجعة الأدب النظريّ، الذي تناول موضوعات ظاهرة الصّراع القيميّ في الدراسات السوسيولوجيّة والإعلاميّة، واسترشدت بقضايا نظريّة التفاعليّة الرمزيّة لتحليل ظاهرة الصّراع القيميّ بُغْيَةَ الوقوف على أسبابها وفهم أبعادها. وعليه، فَتُعَدُّ الدراسة الحالية من الدراسات التي تتبع طريقة "مراجعة الأدب" بوَصْفِها طريقة منهجيّة إلى حدّ ما لجمع البحوث السابقة والأدبيات المنشورة ذات الصِّلة وتوليفها، ووفقًا لهامبتون وباركر (Hampton & Parker, 2011) يمكن أن تؤدّي مراجعة الأدبيات كمنهج بحثيّ إلى أفضل الممارسات وتحسين جودة البحث في المستقبل. ففي ظلّ تسارع إنتاج المعرفة يصبح من الصّعب مواكبة أحدث التطوّرات وتقييم

الأدلّة الجماعيّة في مجال معيّن؛ لذا تُعَدُّ مراجعة الأدبيات طريقة بحث أكثر صلة من أيّ وقت مضى؛ فبناء البحث وربطه بالمعرفة الموجودة هو لبنة بناء لجميع أنشطة البحث الأكاديمي مهما اختلفت فروع المعرفة. (Snyder, 2019).

أولًا: القيم والصّراع القيميّ

تُعَدُّ القيمُ خاصيّة من خصائص المجتمع الإنسانيّ؛ لأنّ الإنسانَ موضوعُها ولأنها ظاهرة اجتماعيّة تَشتقّ أهميتها ووظائفها من طبيعة وجود الجنس البشريّ في المجتمع، فلا وجود للمجتمع الإنسانيّ دون وجود للقيم؛ لأنهما ظاهرتان متماسكتان أشدّ التماسك. ويُعنى مبحث القيم بالبحث عن ماهيّة القيم وحقيقتها ودلالتها، ويتضمّن فرعين، هما: علمُ الأخلاق أو الفلسفة الخلقيّة، وهو بحث في المُثُل العُليا أو المعايير التي يُقاس بها السلوك الإنساني، وعلمُ الجمال أو فلسفة الجمال. (السوالقة، 2016)

والقيم لغةً جمع قيمة من الفعل قامَ يَقومُ قَومًا وقياماً وقَوْمَه، وللفعل (قَوّم) معنيان: قَوّم الأمر؛ أي عَدّله وأزال عِوَجه، وقوّم السلعة؛ أي سعرّها وثمّنها، ومن هذه المعاني أُخذت كلمة قيمة؛ بمعنى الصّفة الحسنة والوزن الصحيح للشيء والخلق المستقيم للإنسان (عربيات، 2004: 53). ويشير معنى القيم الاصطلاحيّ إلى ما دلَّ على المقابل أو العِوَض الماديّ المُقَدَّر "ثمناً" للشيء، ثمّ انتقل المعنى إلى دلالات مجازيّة معنويّة متعدّدة، ممّا جعل لكثير من الأشياء وجوانب الحياة قيمة –ليست ماديّة بالضّرورة– تُقَدَّرُ لأنها تحمل فائدة عمليّة في الحياة أو ذوقيّة للأفراد، مثل الجمال والحقّ والخير (الأسد، 2002)؛ لذا تُطلق القيمة على كلّ ما هو جدير باهتمام المرء وعنايته لاعتبارات اقتصاديّة أو سيكولوجيّة أو اجتماعيّة أو أخلاقيّة أو جماليّة بمعناها الواسع، فهي شيءٌ جديرٌ بأن يُطلب أو يَتحقّق (شكري، 2002)

وتُمثل القيم إطاراً مرجعيًا يحكم تصرّفات الفرد والجماعة، ممّا يخلق لها دوراً جديداً في تشكيل الشخصيّة والطابع القوميّ؛ إذ توجد القيم في مجموعة من المعايير التي قد تكون مكتوبة فتأخذ شكل العرف أو التراث، وتعكس أنماط السلوك التي يسلكها الفرد داخل مجموعة من التنظيمات الاجتماعيّة العاداتِ الاجتماعيّةَ أو الطرائقَ الشعبيّة، التي تعكس بدورها اتجاهات الأفراد نحوَ النظام (بيومي، 2003، Patrick & Boris, 2001، السوالقة، 2016)؛ أي أنّ القيم معاييرُ عامّةٌ مجرّدة تحدّد ما تَعُدُّهُ جماعة أو مجتمع ككلّ خيراً مرغوباً أو صواباً مهماً (Ritzer, 2015).

ولا يمكن فهم قيم معيّنة بمعزل عن القيم الأخرى؛ لأنها تشكّل في مجموعها نظاماً مترابطًا، ومجموع كلّ أنظمة القيم يُمثّل نَسقًا قيميًّا؛ حيث يتضمّن كلُّ نظام قيميّ ما اتّفق عليه المجتمع وأقرّه، كالقيم الاقتصاديّة، والسياسيّة، والتعليميّة أو الأسريّة (العسكري، 2002).وترتبط منظومة القيم ارتباطًا وثيقًا بالتغيّر الاجتماعيّ حتى باتت المجال الأساسيّ لإحداث التغيير، وتحقيق أهدافه كمفهومات ومعانٍ ذات دلالة صحيحة ومؤشّر سليم عليه، فعمليّة التغيّر قد تحدث في مجموعة من القيم فتخفض بعضَها على نحوٍ مباشر أو غير مباشر (السوالقة، 2016).

ويُشير تَغيّر القيم إلى إعادة ترتيبها ضمن نطاق قيميّ جديد، تبعاً لأولويات معيّنة وتفصيلات جديدة(خليفة، 2004). وتُعالج سببيّة تغيّر القيم من خلال مفهوم الحاجة؛ إذ إنّ القيم تنشأ لدى الأفراد لارتباطها بحاجاتهم الأساسيّة التي تختلف باختلاف الأفراد أنفسهم وظروفهم وإمكاناتهم (سنو، 1997)؛ أي أنها تُعالج بوصفها إطاراً متغيّراً باستمرار يستجيب بمرونة لتغيّرات المجتمع وليس بوصفها إطاراً ثابتًا للنسيج الاجتماعيّ، وقد ينجم عن هذا التغيّر صراعٌ قيميٌّ؛ إذ يقع صراع القيم عندما تتوازن قيمتان عند الفرد أو الجماعة أو عندما يتبنّى المرء نظامين مختلفين من القيم، ممّا يؤدّي إلى ما يُعرف بالأزمة القيميّة (الحربي، 2007)، ويُحسم الصّراع لصالح القيمة الأكثر أهميّة لدى الفرد؛ لأنّ القيم تُرتَّبُ من البداية تبعًا لأهميتها في تقدير صاحبها، وقد ينجم الصّراع القيميّ في المجتمع من التباعد والانفصال بين فئات المجتمع بالنسبة إلى المواقف المهمّة في الحياة، فتفسّر كلُّ فئة المواقفَ وتحلّلها من أحكام ثقافتها المستمَدَّة من واقع ظروفها وخبراتها (السوالقة، 2016).

وإنّ صراع القيم حالةٌ تكون فيها القيم متعارضةٌ متضاربةٌ في داخل نسقها، فالنسق القيميّ هو المبادئ التي يتمسّك بها المجتمع أو أغلبه، سواءٌ على نحوٍ صريح أم

ضِمنيّ، ويتضمّن كلُّ نظام قيميّ أقرَّهُ المجتمع (Stocker, 2009).

وتَتَمَثّل المجتمعات الواقعيّة نسقًا وبناءً وتركيبًا في الفضاء الافتراضيّ "السايبريّ"، وقد انتقلت الظاهرة الاجتماعيّة بجميع تمثّلاتها الثقافيّة والسلوكيّة والاقتصاديّة والسياسيّة والقانونيّة والتَّقَنيّة من المجتمع الإنسانيّ الطبيعيّ إلى المجتمعات الافتراضيّة التي لها حياة رَقْميّةٌ في الفضاء المُصنَّع، التي تحوّلت فيها الوقائعُ الاجتماعيّة إلى بدائعَ اجتماعيّة من مفاجآت مُصنَّعة وذبذبات إلكترونيّة وتَقَنيّات رَقْميّة تمثّل الإنسان بمختلف ظواهره وثقافاته، والثقافةُ معمارُ المجتمع جوهرًا ومظهرًا، وهي الواجهة التي من خلالها يمكن التعامل معَها لأنها النظام الذي تتبلور من خلاله منظومة الجماعة والأفراد الاتصاليّة كلًّا على حدة، ويُنظر إلى الثقافة على أساس أنها سَعَةُ الإنسان الكونيّة التي تصف تجاربَهُ وتصلها رمزيًا؛ أي أنها منظومة الرّموز المتكاملة في حياة الإنسان (رحومة، 2008). وتشمل الثقافةُ الأفكارَ والقيمِ والمعايير والممارسات التي تسمح للمجتمع أن يعيش أفرادُه حياتَهم الجماعيّة بحدّ أدنى من الخلاف (Ritzer, 2015).

وتشكّل وسائلُ الإعلام الجديد ثقافة جديدة كليًّا في الفضاء الافتراضيّ هي الثقافة السيبرانيّة (Cyber Culture)، وهي ثقافة تمتلك خصائص كلّ الثقافات وتحوي في ثناياها بعض المعايير والقيم المميّزة كالانفتاح ومشاركة المعلومات وإتاحة الوصول، ولهذه القيم جذورُها في برمجة المصدر المفتوح وفي حركة مشاركة المعلومات والتحسين المستمرّ. والثقافة السيبرانيّة مثل كلّ الثقافات تنمو وتتطوّر؛ إذْ تحدث تغيّراتٌ أخرى داخلَها وحولَها، واختلافها الأكبرُ عن الثقافات الأخرى يكمنُ في أنها أكثرُ سيولةً بكثير من الثقافة على العموم (Ritzer, 2015).

وفي ظلّ الثقافة السيبرانيّة "الافتراضيّة"، ونظرًا إلى لامحدوديّة شبكة علاقات الفرد الاجتماعيّة في الفضاء الافتراضيّ، يواجهُ الفردُ سيولة هائلة من القيم المماثلة لقيمه أو المتضاربة معها، أو قد تُسهم في تشكيل منظومته القيميّة أو إعادة تشكيلها، ممّا يجعله أكثرَ عرضةً للصّراع القيميّ، فكل مجتمع افتراضيّ يطوّر ثقافته الافتراضيّة الخاصّة تبعًا لعوامل عدّة، مثل: ديموغرافيا المشاركين واهتماماتهم المشتركة، والطريقة التَّقَنيّة لإعداد الشَّبكة المستخدمة أو تهيئتها، وكذلك البينية البرمجيّة التي يستخدمها أعضاء الشَّبكة (رحومة، 2008). كما أنّ اتّساع نطاق وسائل الإعلام الجديد نتيجة سهولة استخدامها، والمشاركة والمحادثة والانفتاح والعالميّة، وسهولة الترابط وتخطي الحواجز، والقدرة على إنشاء المجموعات والملفّات الشخصيّة، وتنوّعها بين مواقعَ تختصُّ في تبادل المعلومات وإيجادها، والاتصالات، ومواقع بناء فرق العمل والتعاون، ومواقع الوسائط المتعدّدة، ومواقع الاستطلاع والرأي، والمواقع الاجتماعيّة والترفيهيّة، جعلَها قادرةً على التغلّل بين الأفراد على اختلاف أعراقهم ولُغاتهم وديناتهم ومستوى دخلهم وتعليمهم وأعمارهم وجنسهم وانتماءاتهم السياسية، وأصبحت بديلًا فعّالًا للتفاعل الاجتماعيّ الواقعيّ ذي الحركة الديناميكيّة تبعًا لاختلاف دوافع الأفراد لاستخدامها (الرواشدة، 2019).

ثانيًا: مجالات الصّراع القيميّ في الفضاء الافتراضيّ

تكتسب القيم خاصيّة كلّ مجال من مجالات الحياة؛ لذا تعددت أصنافُها فأصبحت هناك قيمة اقتصاديّة واجتماعيّة وقيمة سياسيّة وأخرى ثقافيّة. ويشير مفهوم مجالات الصّراع القيميّ إلى مجموعة من الموضوعات والقضايا التي تثيرها وتتضمّنها وسائلُ الإعلام الجديد وتحتمل وجود هذا الصّراع في الفضاء الافتراضيّ وكيف يتشكّل في كلّ مجال، التي تُعنى هذه الورقة في بحثها وتحديد ماهيّتها لتساعد على تأطير قضيّة الصّراع القيميّ، بعد أن تكتسب كلُّ قيمة خاصيّة كلِّ موضوعٍ فتوضّح أكثرَ أسباب الصّراع القيميّ.

بناءً على ما سلَف، فإنّ الفرد يستخدم وسائل الإعلام الجديد على نحوٍ موجّه من خلال اختيار الوسيلة الأمثل لإشباع حاجاته، التي يتناسب محتواها معَ ورغباته، ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيّرات الديموغرافيّة، مثل: الجنس، والعمر، ومستوى الدخل، ونوع المهنة، والمستوى التعليميّ، ويُشير إشباع الوسيلة إلى مزيد من الاستجابات الفوريّة المتعلّقة بالحاجة، مثل؛ الحاجات العاطفيّة/ الوجدانية، والمعرفيّة، والشخصية، والاجتماعيّة. (طه، 2019؛ لطرش، 2014؛ البشابشة، 2013؛ حسن، 2010،

شتلة ومرعي، 2015، Urista,et al 2009، Muise et al, 2009، Raake & Bonds, 2008).

ومن خلال مراجعة الأدب النظريّ الذي تناول دراسة وسائل الإعلام الجديد دوراً وتأثيراً في ظلّ عالم مُتعَولم قائم على الرأسماليّة التي لم تَعُدْ تتمركز في الإنتاج بقدر الاستهلاك والمصلحة والعقلانيّة التي تجاوزت حدودها إلى اللاعقلانيّة، أمكن تقسيم مجالات الصّراع القيميّ في الفضاء الافتراضيّ إلى أربع مجالات رئيسة، هي: الاقتصاديّة، والاجتماعيّة، والثقافيّة، والسياسيّة، التي يمكن الوقوفُ عليها على النَّحو الآتي:

1. القيم الاقتصاديّة: تشير إلى اهتمام الفرد وميله إلى المنفعة الماليّة، فيجعل كلًّا ممّا حوله وسيلةً للحصول على الثروة وزيادتها بالإنتاج واستثمار الأموال، فالفرد المنخرط في العالم يتطلّع إلى القيم الاقتصاديّة لأنّ له حاجات ماديّةً يتحتّم عليه إرضاؤها فيه (سنو،1997). ومنَ أبرز الموضوعات التي أثارت صراع الأفراد القيميّ في هذا المجال "الكَسبُ والاستهلاك"؛ إذ أتاحت وسائل الإعلام الجديد فرصة الكسب السريع للأفراد من خلال وسائل الإعلام الجديد "كفيسبوك وتويتر"، فمن خلالها استطاع الأفراد إيجاد وسيلة جيّدة جديدة وسريعة لكسب المال من خلال الإعلانات، أو من خلال الألعاب والتطبيقات التي يَدْفَعُ المستخدمون مقابلَ استخدامها، أو من خلال تصميم صفحات ومواقعَ خاصّة لبيع الملابس أو الإكسسوارات وموادّ التجميل باهظة الثمن بخصومات ضخمة، حتى أسهمت في طغيان "قيمة الاستهلاك" أو ما عُرف "بالظاهرة الاستهلاكيّة"؛ إذ لم يَعُدِ الأفراد يلقون بالًا للجودة بقدر اهتمامهم بالعدد والثمن الزهيد، ومدى تتلاؤم طرائق كَسبهم معَ معاييرهم وقيمهم الاجتماعيّة والدينيّة (Ritzer, 2015)، كلّ ذلك يدفع الأفراد إلى السَّعي نحو اقتناء الهواتف الذكيّة الحديثة ذات الإضافات التِّقَنيّة العالية التي تسمح بتحميل أكبر قدر من تطبيقات وسائل الإعلام الجديد؛ رغبةً منهم في متابعة كلّ جديد ولبقاء تواصلهم الدائم في الفضاء الافتراضيّ. وعليه، يتطلّع الأفراد إلى ما يفوق قدراتهم الماليّة، ويتخلّون عمّا هو ضروريّ أو ما يُعد من أولويات أسرهم، ممّا يُنذر بوقوعهم في مشكلات اقتصاديّة واجتماعيّة.

وامتدَّ مجالُ الاستهلاك في الفضاء الافتراضيّ لِيُغَيّر القيم الجماليّة والثقافيّة والاجتماعيّة عبر الترويج للموضة والتقاليع، وأحدث صيحات الملابس، والترويج لكريمات جمال النساء ليظهرن أصغرَ سنًّا، أو لأشهر جراحي تجميل الوجه وبأرخص الموادّ والأَسعار، أو الحلول السريعة لإنقاص الوزن والتخلّص من صلع الرأس للرّجال، ممّا أثّر في معايير الجمال لدى النساء والرّجال، فبدأت معايير الجمال ومفهومه التقليديّة أو المتعارف عليها تتراجع، فمثلًا لم تعد الفتيات والنساء في الفضاء الافتراضيّ يهتممن بجوهرهنّ بقدر اهتمامهنّ بالشكل والمظهر؛ وذلك لترسيخ وسائل الإعلام الجديد فكرة أنّ مقاييس الجمال والجذب لدى الرّجال لا تتخطّى هذه الحدود، ولا تنحصر ثقافة الاستهلاك بالنواحي الماديّة فقط بل امتدّت لتشمل استهلاك العواطف، فعبر التواصل الدائم الحرّ الخالي من الرقابة والقدرة على مشاركة أعداد هائلة من الأصدقاء بات الفضاء الافتراضيّ فرصة للجذب والطرد، والتغيير والمقارنة ضمن مقاييس المجتمع الواقعيّ التي أصبحت تمتاز بلاعقلانيتها وطغيان المصلحة والمظاهر في اختيار الشريك (Ritzer, 2015; Frith, 2014; Marques, 2016; Mills et al, 2017; Serrano-Puche, 2016)

والجدير بالذكر أنّ فرصة الكسب السريع في الفضاء الافتراضيّ غيّرت بعض القيم الأخرى المرتبطة بها، كقيمة العمل لدى الشباب وقيمة الوقت وقيمة الزواج والحبّ؛ لتتضارب معَ قيم الفرد الأصيلة، خاصّة الأفراد في الدول العربيّة والإسلاميّة.

2. القيم الاجتماعيّة: يُقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى غيره من الناس، فالإنسان كائن اجتماعيّ بطبعه، فهو يميل لمساعدة الناس ومحبّتهم لأنه يجد إشباعًا له، فالآخرون بنظره غايات وليست وسائل لغايات أخرى (سنو، 1997). وتتبلور القيم الاجتماعيّة من خلال التفاعل والتواصل الاجتماعيّ، فقد تظهر كأعراف اجتماعيّة مثل مراسم الزواج والخطبة، أو تكمن في العلاقات الأُسريّة من قوّة التواصل بين أفراد الأسرة وضعفه ومدى التزامهم بالزيارات والمجاملات الاجتماعيّة ومدى تقبّل أفراد المجتمع فكرة تغيّر عاداتهم بعادات متحرّرة، خاصّةً إذا كان المجتمع محافظًا

(عثمان، 2004).

وقد ينشب صراعٌ أُسريّ بسبب ضعف اقتداء الأبناء والبنات بالأهل وبأخلاقهم القويمة ولانشغال الأهل عن أبنائهم أو شيوع العنف الأُسريّ وشيوع البذخ الاجتماعيّ والاهتمام بالمظاهر التي تؤدّي إلى نفي الإطار الاجتماعيّ السليم في التفاعل الاجتماعيّ بين أفراد المجتمع (جلبي، 1999). وهذا الاحتمال أكبرُ لدى "جيل الإنترنت"، الذي نشأ في زمن السرعة، وَشَكّل عبر وسائله الإعلاميّة الجديدة فكرَهُ ووعيَهُ وأنشأهُ على ما يَحمل في ثناياه من قيم. ومن أَبرز موضوعات الصّراع القيميّ في هذا المجال الصّراعُ بين قيم الآباء وقيم الأبناء، وشبكة علاقات الفرد الاجتماعيّة، والعنف الإلكترونيّ (الرواشدة، 2019؛ معتوق ومهاوات،2018؛الشهري، 2011؛ مطالقة والعمري، 2018).

وتوفر وسائل الإعلام الجديد للشباب فرصة الاطّلاع على قيم المجتمعات الأخرى ومعاييرها، فمن خلال التواصل معَ كَمٍّ هائل من الأصدقاء من مختلف الثقافات يبدأ الفرد في الاطّلاع على طرائقَ جديدة في الحياة والتنشئة والتفكير تختلف أو تتضارب معَ ما اكتسبه من مجتمعه، فَتُشْبَعَ لديه حاجاتٌ اجتماعيّة، مثل إيجاد موضوعات للحديث، والقدرة على إدارة النقاش والتمكّن المعرفيّ، والقدرة على فهم الواقع والتعامل معَ المشكلات،وبِذا تصبح شبكة العلاقات الاجتماعيّة الافتراضية ذاتَ أَولويّة ومهمّةً لحياة الفرد مدمن الفضاء الافتراضيّ، استطاع الذي من خلاله أن يتحرّر من بعض القيود المجتمعيّة التي يعدّها صارمة جامدة، وجعله قادراً على إبداء رأيه في أيّ مسألة دون تردّد أو الأخذ بالحسبان ردود فعل مجتمعه أو أُسرته، ممّا يجعله مقبلًا أكثرَ لأن ينعزل في عالمه الافتراضيّ عن عالمه الواقعيّ الذي لم تعد قيمه تتناسب معه أو أُثيرت حولَها الشّكوك والمغالطات، ممّا يضعف من شبكة علاقاته الاجتماعيّة في المجتمع الواقعي؛ وذلك لتأكّده من عدم توافق بيئته الاجتماعيّة معَ شخصيته وأفكاره الجديدة، ممّا جعله يجد عالمًا يشبهه، ولانشغاله بشبكة علاقاته الافتراضيّة وسعيه إلى نيل الإعجاب والمحافظة على صورته وقيمته أمام مجتمعه الافتراضيّ. كما تنعكس المشاعر السلبيّة التي يولّدها محتوى وسائل الإعلام الجديد في ذوات الأفراد على طرائق تعاملهم معَ الآخرين؛ حيث أشارت الدراسات إلى أنّ ما ينشره الأفراد عن يوميات حياتهم الاجتماعيّة وتصويرها على صفحات وسائل الإعلام الجديد من أحداث ومناسبات سعيدة ومغامرات وإنجازات تجعل الفرد يقارن حياته معهم، فيعتقد أنّ حياته تبدو أقلَّ سعادةً وإثارةً وأكثرَ رتابة من حياة الآخرين، فيشعر بالغيرة أوَ الحسدَ وعدم الرضا، أو تتملّكه مشاعرُ الغضب والسخط على من حوله، لاعتقاده أنّ هذه الصورة المثاليّة هي الحقيقة المطلقة، فيبدأ في الانقلاب على رتابة حياته أو التفكير بتغيّر نظام حياته جذريًّا وعلى نحوٍ أنانيّ دون الأخذ بالحسبان من حولَهُ كزوجته أو أطفاله أوَ إخوته أو أصدقائه.(راضي، 2003؛ الجمال، 2013؛ السَّقا، 2015؛ المصري، 2006؛ Seabrooket al.، 2016; 2016; ، et al. ،2014; Sidanim،Hampton et al. 2015; ، 2015; Widen et al.،ICDL Arabia (2015; ،Raymer

وممّا يزيد من انعزاليّة الفرد وانسحابه من دائرة علاقاته الاجتماعيّة وتعميق عدم الشعور بالانتماء الاجتماعيّ قضاءُ ما يزيد على خمس ساعات من الاستخدام المتواصل لوسائل الإعلام الجديد، فإدمان استخدام تلك الوسائل صَبغ سلوك مستخدميها بالفردية، ممّا أثر في طبيعة العلاقة بين الأفراد في الأُسرة الواحدة، وبين الزوجة والزوج؛ إذ زاد من التوتّر بينهما، ولم يَعُد الرّضا والمحبّة والقبول والاحترام عنوان حياتهم الاجتماعيّة، بل حلّت محلّها قيمُ الشكّ وعدم الثقة والاحترام وعدم القناعة، والتفكّك بدلًا من الوحدة والانسجام، كما قد يُعزّز محتوى بعض وسائل الإعلام الجديد عند مستخدميها السلوك المنحرف والميول الجنسيّة غير السَّويّة، ويدفعهم إلى الكذب واعتياده واخفاء الحقائق وعدم المصداقيّة، ممّا قد يوتّر علاقاتهم الاجتماعيّةَ الواقعية ويَجعلهم عُرضة للنبذ الاجتماعيّ والتحقير أو المساءلة القانونيّة.(المقدادي، 2014؛ زايدي ولكحل، 2017؛ الفليكاوي، 2017؛ المجالي، 2007؛ حسين، 2015؛ عوض، 2012؛ سليمة، 2015؛ مزيد، 2012؛ غريب، 2017؛ عبد الرزاق، 2013؛ الخليفة، 2017؛ التويجري، 2014؛ Seabrook et al., 2016; Hampton et al., 2014; Sidanim, et al., 2016;

ICDL Arabia, 2015; Widen et al., 2015; Raymer, 2015)

وقد أسهم سوء استخدام وسائل الإعلام الجديد في بروز ظاهرة العنف الرمزيّ أو العنف الرَّقْمِيّ، الذي يُقصد به كلُّ فعل أو سلوك غير حميد وضار بالآخرين من خلال استخدام الوسائل الإلكترونيّة، كاستخدام ألفاظ القذف والسبّ والشّتم والتشهير والتحقير والاستهزاء بالأفراد، واختراق خصوصياتهم عبر صفحات وسائل الإعلام الجديد؛ بهدف إيقاع الأذى والضّرر بهم (الرواشدة، 2019؛ فوزية وخدة، 2018). وعرّف العالِم السوسيولوجي الفرنسيُّ بيير بورديو (Bourdieu, P) العنف الرمزيّ على أنه عنف لطيف عذب، غير محسوس وغير مرئيّ بالنسبة إلى ضحاياه أنفسهم، وهو عنف يُمارَسُ من خلال الطرائق والوسائل الرمزيّة الخالصة؛ أي عبر التواصل وتلقين المعرفة، وعلى وجه الخصوص عبر عمليّة التعرُّف والاعتراف، أو على الحدود القصوى للمشاعر والحميمات (بورديو، 1994).

تعدّدت طرائق تعنيف الأفراد بعضهم بعضاً عبرَ وسائل الإعلام الجديد، ككتابة عبارات تهديد وإهانة وتجريح وذمّ وقدح واستهزاء، أو باستخدام الصّور ومقاطع الفيديو، أو برموز خاصّة من التطبيق، أو بوصم الأفراد دينيًّا (مسلم، مسيحيّ، سنيّ، شيعي)، أو عرقيًّا (أبيض، أسود)، أو حتى شكلهم الخارجيّ (وزنهم، طولهم، شعرهم)، أو لمستواهم التعليميّ، أو دخلهم وطبقتهم الاجتماعيّة، أو من خلال نشر الرسوم الكاريكاتوريّة أو النُّكات العنصريّة أو السياسيّة أو الدينيّة المُهينة، أو بنشر صور جنسيّة فاضحة، خاصّة للنساء والفتيات بقصد الابتزاز الجنسيّ، وتعرّض بعضهنّ للتحرّش اللفظيّ، وهي كلُّها صورٌ للعنف ذات انعكاسات سلبيّة على مستخدمي وسائل الإعلام الجديد؛ إذ ينجم عنها انفعالاتٌ سيّئة كالقلق والاكتئاب وتدنّي تقدير الذات والعزلة الاجتماعيّة وعدم الشعور بالأمن والإحباط والخوف والرعب، وقد تتسبّبُ في الانتحار. ويدفع طرح قضايا اجتماعيّة جادّة ذات أهميّة للحكومات والأفراد، كقضايا البِطالة والفقر والهجرة واللجوء، إلى تأجيج العنف الرَّقْمِيّ؛ إذ يعبّر بعض المستخدمين عن معاناتهم وآرائهم تجاه تلك القضايا بالسبِّ والذمّ أو إلقاء اللوم على الحكومات، وإثارة قضايا الفساد الماليّ والإداريّ والواسطة والمحسوبيّة والتشهير بأصحابها بِعَدِّها سببًا للفقر والبِطالة، وازدراء اللاجئين وتحميلهم مسؤوليّة ارتفاع أسعار العقارات والأراضي والضغط على خدمات الإسكان والصّحة والتعليم، ومنازعتهم في فرص العمل واستحقاقاتهم، فيصبح الفضاء الافتراضيُّ مساحة لتداول العنف الرمزيّ، فتتصاعد وتيرته التي قد تنتقل إلى المجتمع الواقعيّ؛ إذْ تبدأ ردود الأفعال الرمزيّة تأخذ شكلًا واقعيًّا كالقتل وارتفاع حالات الطلاق واللجوء إلى المحاكم والإساءة الى السمعة والشرف وارتفاع نسب الانتحار وتخريب الممتلكات العامّة وحشد المظاهرات التي قد تخرج عن نطاق السلميّة، وتفكّك العلاقات الاجتماعيّة والمناداة باسقاط الحكم أو الحكّام وزعزعة الأمن ومخالفة الأنظمة والقوانين(الرواشدة، 2019؛ الرحامنة، 2018؛ معتوق ومهاوات، 2018).

3. القيم السياسيّة: تشير إلى اهتمام الفرد ومشاركته في النشاط الحزبيّ والعمل السياسيّ، ويهدف بعض الأفراد من ذلك إلى الحصول على القوّة أو السيطرة والتحكّم في الأشياء والأشخاص، وذلك بالسعي إلى المراكز السياسيّة والاجتماعيّة والسُّلطة، وليس بالضّرورة أن يكون من يمتلك هذه القيم من رجال الحرب أو السياسة، فبعضهم قادة من نواحي الحياة المختلفة يتّصفون بقدرتهم على توجيه غيرهم والتحكّم في مصيرهم (السوالقة، 2007)، ويظهر اهتمام الفرد بالقيمة السياسيّة بطرائق عدّة، منها الانتخاب والترشيح أو الانضمام إلى تيارات وأحزاب سياسيّة أو منظّمات محليّة أو دوليّة، وقد يحدث جرّاءَ ذلك صراعٌ بين الأفراد ينجمُ عن ترددّهم في المشاركة وحيرتهم في اختيار من يمثّلهم وما يمثّلهم على أساس الكفاءة أو المعرفة الشخصيّة وصلة القرابة أو المصلحة(بركات، 2001).

وقد فَعّلت بعض التيارات والأحزاب والجماعات وسائل الإعلام الجديد كأداة لترويج قيمها وأيديولوجياتها السياسيّة وزرعها، فواجه بعض مستخدمي تلك الوسائل صراعاً بين ما يمتلكون من قناعات فكريّة وثوابتَ عقائديّة ومقوّمات أخلاقيّة واجتماعيّة وبين ما يُبثُّ على نحوٍ مكثّفٍ لتلك القيم والأيديولوجيات الدخيلة، كما عَمد بعضُهم إلى بثّ وترويج أدلّة مزيفة وقلب الحقائق بُغية تهديد أمن الأفراد والمجتمع

واستقراره السياسيّ ونسيجه الاجتماعيّ؛ لتحقيق مطامعهم السياسيّة أو لجذب أكبر قدر من الأفراد إلى صفوفهم، كجذبهم الجماعات الإرهابيّة والمتطرّفة؛ أي أنّ لوسائل الإعلام الجديد دوراً فاعلًا في المجال السياسيّ، من خلال تشكيل وعي الأفراد السياسيّ بما قد يصبّ في مصلحتهم ومصلحة أوطانهم أو بما يعود عليهم بالضّرر والصّراع؛ حيث أسهم بعضُها في تعزيز قيم الوطنيّة والولاء والانتماء، وحاولَ بعضُها الآخرُ ربط أحداث دول الجوار في الأوضاع الحرجة التي تدور في بلادهم، والتشكيك في مصداقيّة ما تبثّه وسائل الإعلام الوطنيّة الرسميّة وشبه الرسميّة، كما ساهمت بعض الجماعات والنُّخب في التحريض على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب والتخريب، وإحياء العامل الدينيّ وإعادته إلى المجال العامّ بُغية إثارة سلوك الأفراد ضدّ انتماءاتهم، وإضعاف ضميرهم الجمعيّ(الجموسي، 2015؛ حكيم، 2017؛ حسان، 2017).

وساهمت المواطنة الافتراضيّة العالميّة أو ما يُطلق عليها "المواطنة الرَّقْميّة" في تعزيز قيم الديمقراطيّة والتحرّر ومبادئهما، إلّا أنّ ذلك كان سيفًا ذا حدّين؛ فمن ناحية تَطرّف الأفراد في تبنّيهم تلك القيم فعزلوا هُوِيَّتهم الأصيلة ومواطنتهم، وبدأوا بالدفاع عمّا تبنّوه، أو شكّكوا في ما كانت تقوم عليها تلك القيم أصلًا في أوطانهم، ومن ناحية أُخرى أشعلت فتيل الثورات والمظاهرات لدى الشعوب المضطهدة، وأصبحت منبرًا للمطالبة بإجراء إصلاحات سياسيّة واقتصاديّة واجتماعيّة، ومنفذًا للتعبير عن طموحهم في التغيير إلى الأفضل. (شمس، 2017؛ علي وعلي، 2018؛ Farmer, 2010).

4. القيم الثقافيّة: يتعلّق موضوع الصّراع القيميّ في مجال القيم الثقافيّة بالهُوِيّة أفراد المجتمع الثقافيّة، وتتضمّن ثقافة المجتمع اللُّغةَ والدينَ والعاداتِ والتقاليد، التي تتأثّر في أثناء التفاعل معَ الثقافات الأخرى على نحوٍ سلبيّ وإيجابيّ، فإمّا أن تكتسب إيجابيات أيّ ثقافة دخيلة كالتطوّرات التكنولوجيّة والمعرفيّة فتعمل على الإفادة منها، وترفع من شأنها وتطوّر أفرادها، أو أن تكتسب سلبيات ثقافيّةً تتعلّق بأنماط أفراد المجتمع الحياتيّة، وتعمل بعكس التيّار الاجتماعيّ السائد فيتولّد صراعٌ بين القبول والرّفض، ويتمثّل ذلك بطريقة اللباس أو التخلّي عن اللُّغة الأُمّ وإحلال اللُّغة الدخيلة أو تقبّل أفكار مغايرة أجنبيّة عن أفكار المجتمع التقليديّة، فالغزو الثقافيُّ الفكريّ هو الشرارة الأولى لصراع ثقافيّ (عبد العاطي، 2002). ولا شكّ في أنّ "الغزو الثقافيّ" يستهدف الخصوصيّة الثقافيّة بما تحمله من أصالة وقيم وأذواق وأنماط مختلفة من السلوك لتغيير الفكر –خاصّةً الفكر العربيّ– مؤدّيًا به إلى طريقين كلاهما ذي نهاية لا تُحمد عقباها؛ إمّا التبعيّة والانسلاخ عن الذات أو الاستسلام والانبهار والتنكّر للهُوِيّة القوميّة والوطنيّة (عبد الدايم، 2000).

ومن:"غزو ثقافيّ" إلى "أزمة أخلاقيّة"؛ إذْ ينتاب العالَمَ المعاصرَ موجةٌ من الهزّات الأخلاقيّة المتتابعة، متمثّلةً في مظاهرَ مختلفةٍ من الممارسات وأنماط السلوك الفرديّة والسياسات الجماعيّة التي تسلب الأفراد والجماعات السعادة والاستقرار والأمن، وتضعف العلاقات في ميادين الحياة المختلفة، وليست التكنولوجيا الحديثة بريئة من تهمة الاختراق؛ ذلك لسهولة التواصل وانسيابه وزخمه الذي لم يعد باستطاعة المجتمع إغلاق معابره أمامه أو النجاة من آثاره (السوالقة، 2007)، فالعالَمُ الرَّقْميُّ خليطٌ ثقافيٌّ غيرُ مُفلتر، يَغلُب عليه الفوضى ولامركزية السيطرة، ومن السهل تناقل السِّمات الثقافيّة بين المشتركين، وتبدأ سطوة التأثير والإقناع تبعًا لدرجات الإشباع والحرمان لدى كلّ فرد في مرجعيته الثقافيّة.

ولقد شكّلت وسائل الإعلام الجديد مجتمعاتٍ افتراضيّةً تتّسم بدرجة عالية من اللامركزيّة وتنتهي بالتدريج إلى تفكيك مفهوم الهُوِيّة التقليديّ. ولا يقتصر تفكيك الهُوِيّة على الهُوِيّة الوطنيّة أو القوميّة بل يتجاوزها إلى الهُوِيّة الشخصيّة، فمستخدموها يُظهرون شخصياتهم الافتراضيّةَ بسلوكات وأنماط مغايرة عن شخصياتهم الحقيقيّة، وقد تظهر بأكثر من وجه وبأكثر من حساب لشخص واحد (مزيد، 2012).

وفي ظلّ الحياة الافتراضيّة التي غَلبت عليها الفوضى والشكّ والنسبيّة والتعدّد والتغيّر السريع والحريّة اللامسؤولة، يعيش الفرد بين الشخصيّة الافتراضية والحقيقة، وبين الزائف والحقيقيّ يولد اغترابه فيصبح تائهًا بين

عالمين، ويعيش صراعاً قد يؤدّي به إلى الانسلاخ الثقافيّ، منجرفاً نحو ثقافة المجتمع الذي نسجته شبكة علاقات وسائل الإعلام الجديد، بوَصْفِها الصورة النهائيّة والمطلقة للعصر الرَّقْميّ المحكوم بالرأسمال الرمزيّ، عاكساً إيّاه على وجوده الحقيقيّ كاستجابة لإثبات وجوده الافتراضيّ فورَ إعادتها له برموز لها معانيها التي حدّدها مجتمعه الافتراضيّ سلفاً، ولو كانت على حساب نسيجه القيميّ والأخلاقيّ وموروثه الثقافيّ والاجتماعيّ الأصيل؛ لأنه لا يشعر بأنّ ذلك النسيج مُهَدَّدٌ أصلًا، فما يعيشه هو عالمٌ من الافتراض.

ثالثًا: الصّراع القيميّ في الفضاء الافتراضيّ من منظور التفاعليّة الرمزيّة

نشأ منظور التفاعليّة الرمزيّة بوَصْفِه دليلَ عمل سوسيولوجيّ لفلسفة الذرائع (البراجماتيّة)، التي اهتمّت بالخبرة الإنسانيّة بوَصْفِها منبعاً للمعرفة منطلقة في صياغة أفكارها من الاهتمام بالخبرات السابقة أساساً لتنظيم الحاضر والمستقبل من خلال إيمانها بمبدأ صحّة المقدّمات تُقاسُ بصحّة النتائج. (السوالقة، 2016)

وتقوم التفاعليّة الرمزيّة على مفاهيمَ أساسيّة، هي: الذات الاجتماعيّة، والتفاعل، والمرونة، والرموز، والمعاني، والوعي الذاتيّ؛ لتوضح أنّ المجتمع محادثة، فهو ناشئ من تفاعل بين العقول والمعاني وبين السلوك الخارجيّ، والذات الاجتماعيّة (علي، 1993). وفي تحليلها للتفاعل الإنسانيّ ركّزت على الرموز ومعانيها التي تمثّل مجموعةً من الإشارات المُصطَنعة، يستخدمها الناسُ فيما بينهم لتسهيل عمليّة التواصل، وتشملُ عند (Mead) اللُّغةَ، وعند (Blummer) المعانيَ، وعند (Goffman) الانطباعاتِ والصُّورَ الذهنيّة (جلبي، 1993؛ كريب، 1999).

وقد نظر عالمُ الاجتماع الأمريكيّ جورج ميد (Mead) للذات على أنها المحورُ الأساسيّ في عمليات التفاعل الاجتماعيّ، الذي يتحوّل الفرد بموجبه إلى فاعل اجتماعيّ له ارتباط بالآخرين، فمن خلال الذات يكوّن الإنسان صورة نفسه وصورة الآخرين التي تمثّل موضوعاتٍ أساسيّةً للتفاعل المُتبادل بين الذات والمجتمع، فالمجتمع حصيلةُ تفاعل مستمرّ بين العقل البشريّ والنَّفس البشريّة، كما أنهما يتشكّلان أصلًا من خلال التنشئة الاجتماعيّة؛ حيث تعمل التنشئة الاجتماعيّة على صياغة سلوك الأفراد في ضَوء توقّعات الآخرين؛ أيّ أنّ الذات تشمل العقلَ والنَّفس والمجتمع، فالعقلُ يُمكّن الفرد من فهم الرموز والإشارات التي لها معانٍ اجتماعيّةٌ وثقافيّة يكون بموجبها السلوك ممكناً، أمّا النَّفس فقسّمها (Mead) إلى جزأين أو كما أسماهما (وجهي الذات)؛ الأول هو الأنا (I) والثاني هو الجزء الذي ينظر إلى الأنا (Me)، ويمثل (Me) الضمير الاجتماعيّ الناشئ عن القيم والمعايير والتوقعات الاجتماعيّة؛ أي أنّ الذات هي الفرد عبر علاقاته التبادليّة معَ الآخرين، والذات هي فاعل ومفعول، والأنا هي الذات التي تفكّر وتعمل؛ أي الأنا الفاعل، وأمّا الأنا المفعول فهي وعي الذات (الفرد) بذاته كموضوع في عالم الآخرين الخارجي (السوالقة، 2016).

ويُعَدُّ هذا الفَصلُ من الأمور المهمّة لفهم الفرق بين الخضوع والتفكير والتصرّف بابتكاريّة؛ لأنّ الأنا ونفسي ليسا أشياء ولا يوجدان بالمعنى الماديّ بل هما عمليات فرعيّة تدخل في عمليّة التفكير الأكبر، ويقوم الفرد أحياناً بعرض أكبر قدراً من مظهر الـــ "أنا" من الذات وأحياناً قدراً أكبرَ من مظهر الـــ "نفسي"، والـــ "أنا" هو الاستجابة الفوريّة من الفرد للآخرين؛ أي أنها ذلك الجزء الابتكاريّ من الذات الذي يكون لا شعوريًا ولا يمكن التنبؤ به، وكنتيجة للـــ"أنا" كثيراً ما يُفاجئ الناس أنفسهم والآخرين بسبب الأشياء غير المتوقعة التي يقولونها ويفعلونها، كما تسمح الأنا للشخص بإدراك الذات على نحوٍ كامل وتطوير شخصيّة محدّدة فريدة، كما أنّ الـــ"أنا" تعطي الأفراد القدرة على التأثير في جماعاتهم ومجتمعاتهم، بينما تمثل "نفسي" المجموعة المنظّمة من توجّهات الآخرين التي ينتحلها الفرد؛ أي أنها تتضمّن عمليّة تبنّي الآخر المعمّم من جانب الفرد، وتتضمّن فهماً شعوريًا لمسؤوليات الفرد في الجماعة الأكبر، وتميلُ السلوكاتُ المرتبطة بها أيضاً لأن تكون مألوفة وتقليديّة. ومن خلال الـــ "نفسي" يكون المجتمع قادراً على الهيمنة على الفرد، وهو ما أشار إليه (Mead) بالتحكّم الاجتماعيّ؛ أي هيمنة الـــ "نفسي" على "الأنا"، فمن خلال "نفسي" يسيطر الأفراد على ذواتهم معَ القليل من التحكّم أو اللا تحكّم، ويحللون أفكارهم الخاصّة وأفعالهم وينتقدرونها من وُجهة نظر الجماعة الاجتماعيّة (الذات)، وتسمح الـــ "نفسي" للفرد بوجود مريح داخل التجمّعات الاجتماعيّة

المختلفة، وتضيفُ الـــ"أنا" بعض الإثارة لما قد يكون وجوداً مملّاً دونها. (Ritzer, 2015: 149-150).

واستند (Mead) في رؤيته للذات والتفاعل الاجتماعيّ على التوجّه الفكري لـــِ (Cooley)، الذي أشار إلى أنّ الذات الاجتماعيّة تُشكّل جزءاً من الكلّ الاجتماعيّ، فالفرد يقع في علاقة عضويّة تبادليّة معَ المجتمع، وتتولّد ذاته اجتماعيًّا معَ قابليتها للتغيّر والخلق والإبداع، فالمجتمع يصنع الإنسانَ والإنسانُ بدوره يصنع المجتمع، وقد أكّد (Cooley) أنّ الشخصيّة نِتاجٌ للجماعات الأوليّة التي يتفاعل فيها الإنسان، وهي تنمو وتتطوّر بفعل شبكة العلاقات الاجتماعيّة، ممّا يعني أنّ سلوك الفرد حصيلةُ تصوّرات عقليّة وتقييمات لسلوك الإنسان من الآخرين الذين يتفاعل معهم، فالنفسُ البشريّة ذات متفاعلة تتعامل وتتفاعل معَ الذوات الأُخرى، والفرد يشعر بذاته من خلال انعكاس أثر سلوكه وتصرّفاته على سلوك الآخرين وانطباعاتهم، ويتصوّر نفسَه ويقيّمها من خلال تقييم الآخرين له (زايد، 1984؛ عمر،1991)؛ لذا تَعُدُّ التفاعليّةُ الرمزيّةُ الذاتَ موضوعاً اجتماعيًّا؛ أي أنها الفاعل كما يرى نفسَه، ويحكم عليها ويصنّفها؛ حيث تعتمد كيفيّة إحساسه بنفسه وتسييره لها وما يرغبه لذاته وما يجب أن يكون عليه ومدى ميله إلى تغييرها تبعاً لما يعتقد أن تكون عليه ذاته، أو الذي يجب أن يكون عليه في ضَوء رؤية الآخرين؛ أي أنّ الذات تُبنى على أساس من عمليّة تفاعل معَ الآخرين، وذلك في ضَوء النسق الثقافيّ للأدوار في المجتمع، فعندما نمارس فعلنا معَ الآخرين نكتشف أنفسَنا (محمد وجابر، 2003). وأضاف جوفمان (Goffman) إلى المنظور التفاعليّ الرمزي قضيّةَ إدارة الانطباع في أثناء تفاعل الأفراد بالرموز والمعاني؛ حيث يستخدم الأفراد مجموعة مختلفة من الأساليب للتحكّم في صور ذواتهم التي يريدون عرضها في أثناء تفاعلهم لعكس انطباعات إيجابيّة معينة عن ذواتهم أمامَ الآخرين، وتنطبق فكرة إدارة الانطباع على التفاعل بين الأفراد على وسائل الإعلام الجديد؛ إذْ يغيّرُ كثيرٌ من الأفراد الصورَ ويعرضون جزءاً محدّداً من يومياتهم على صفحات الفيس بوك أو اللينكد إن أو اليوتيوب على نحوٍ مستمرّ من أجل تغيير صورة أنفسهم التي يوصلونها للآخرين، ففي الفضاء الافتراضيّ تتّضح جدليّة العلاقة بين (الأنا ونفسي)، ويميل الأفراد إلى الأداء التمثيليّ؛ أي يسعونَ إلى أن يكون الأداءُ الاجتماعيّ مثاليًا ومصمّمًا لتحديد الموقف من أجل هؤلاء الذين يلاحظونه؛ إذ يشعر الأفراد أنهم لا بدّ من أن يقدّموا معنًى مثاليًّا لأنفسهم عندما يكونون متفاعلين عبر وسائل الإعلام الجديد، ولأنها مثاليّة فلا بدّ من إخفاء الأشياء التي لا تنسجم معَ الصورة المطلوبة ومعَ الثقافة السيبرانية ذات الرموز والمعاني التي تعلّمها مستخدمو وسائل الإعلام الجديد وشكّلت إحدى وجهي ذاتهم، وهي "نفسي" التي سيطرت على "أنا" المستخدمين. وعليه، تخضع أفكارُهم الخاصّة وأفعالهم وينتقدونها من وُجهة نظر الشبكة الاجتماعيّة الافتراضيّة، كما يسهم مضمون الإعلام الجديد في عمليّة التطبيع الاجتماعيّ وإعادة التطبيع التي تتمثّل في فكّ تعلّم السلوكات والمعايير والقيم القديمة وتعلّم الجديدة (Ritzer, 2015).

ويُفضي تفاعل الأفراد في الحياة الافتراضيّة إلى تشكيل الشبكات الاجتماعيّة التي تمثّل أهميّة من حيث طرائقُ تنظيم هذه الشبكات ومضامين هذا التنظيم بالنسبة إلى الحياة الاجتماعيّة، فمثلًا يصف "بورديو" حالة العلاقة على الفيسبوك كنوعٍ من "رأس المال الرمزيّ"؛ أي رمز متعارف عليه اجتماعيًّا يُعطي مكانة أو مرتبة للأشخاص الذي يحملونه، كالألقاب الاجتماعيّة، ويعطي رأس المال الرمزيّ شرعيّة للأنشطة الاجتماعيّة الخاصّة بمستخدمي وسائل الإعلام الجديد، إلّا أنه ليس كافيًا لجعل الأنشطة أو الوظائف الاجتماعيّة شرعيّة للفرد على نحوٍ كامل أو لضمان كفاءته، لكن قد يساعد الأفراد في الوصول إلى الموارد المرتبطة بمنصب اجتماعيّ ما؛ أيّ أنّ حالات علاقات الأفراد على وسائل الإعلام الجديد مهما كانت اجتماعيّة أو مِهْنيّة أو غراميّة هي نوع من "رأس المال" الذي يمكن تحويله بسرعة وسهولة إلى معانٍ قد تعطي الفرد أفضليّة أكثرَ وعلاقاتٍ اجتماعيّة أكبر (Ritzer, 2015).

وإنّ التفاعل الاجتماعيّ في الفضاء الافتراضيّ من خلال وسائل الإعلام الجديد تماماً كالتفاعل الاجتماعيّ الذي يحدث في المجتمع الواقعيّ، فالمجتمع الافتراضيّ شبكاتٌ من العلاقات الاجتماعيّة تحتوي على كَمٍّ هائل من المعاني

والرموز الخاصّة بها التي تحمل في ثناياها مجموعة من القيم، ومجموعة أُخرى من المعاني والرموز التي ينقلها الأفراد من واقعهم الفعليّ إلى واقعهم الافتراضيّ، الذي يحاول بها ومن خلالها أن يدير انطباع الآخرين عنه من خلال ما يعرضه من صور مثاليّة وإيجابية عنه، سواء بما يعرضه من صور وفيديوهات وكلمات وعبارات وآراء تجاه القضايا المطروحة للنقاش في الفضاء الافتراضيّ، توازي مبدأ (أنا كما يراني الآخرون)؛ أي أنّ الفرد في مجتمعه الافتراضيّ يراعي قيم الثقافة السيبرانيّة ومعاييرها ويتعلّم رموزها ومعانيها، ويعمل على إعادة تشكيل ذاته الاجتماعيّة من خلال سيطرة (نفسي) الافتراضيّة على (الأنا). وقد يكوّن الفرد من خلال ذاته في أثناء التفاعل الافتراضيّ صورة نفسه وصورة الآخرين ذات معانٍ سلبيّة لها آثارٌ وخيمة على توازن الفرد القيميّ (الرواشدة، 2019). وتَسهم الرموز والمعاني في الثقافة السيبرانيّة في تشكيل "الجماعات المتخيّلة" من خلال المشاهد الإعلاميّة المتخيّلة لوسائل الإعلام الجديد، التي تؤدّي بالغ الأهميّة في تقرير الكيفيّة التي يتصوّر بها الأفراد حياتهم، ويمكن أن تصبح المشاهد الإعلاميّة، التي لا يشكّ في قوة تأثيرها، مصدراً خبيثًا للنزاعات والتوتّرات بل وحتى الصّراع في المجتمعات (UNESCO, 2009).

الخاتمـــــــــــة

شكّلت وسائل الإعلام الجديد حركة وبُنية اجتماعيّة ديناميكيّة بُنيت على أسس أيديولوجيّة وتكنولوجيّة استطاعت في الفضاء الافتراضيّ بناء شبكات اجتماعيّة افتراضيّة أدركها مستخدموها من خلال هُوياتهم الطبيعيّة وخلفيّاتهم الثقافيّة، واستخدموها ملعبًا للذات التي تَستقبل وتُرسل مجموعة من القيم التي تناقضُ قيمَهم أو تماثلها، وتشكّلت المجتمعاتُ الافتراضيّة المماثلة للمجتمعات الواقعيّة نسقًا وبناءً وتركيبًا في الفضاء الافتراضّي "السايبريّ"، وانتقلت الظاهرة الاجتماعيّة بجميع تمثّلاتها الثقافية والسلوكيّة والاقتصادية والسياسيّة والقانونيّة والتَّقَنيّة من المجتمع الإنسانيّ الطبيعيّ إلى المجتمعات الافتراضيّة التي لها حياةٌ رَقْميّةٌ في الفضاء المُصنَّع، التي تحوّلت فيها الوقائعُ الاجتماعيّة إلى بدائعَ اجتماعيّة من مفاجآت مصنّعة وذبذبات إلكترونيّة وتَقَنيّات رَقْميّة تمثّل الإنسانَ بمختلف ظواهره وثقافاته، فوسائلُ الإعلام الجديد أفرزت ثقافة جديدة كليًا في الفضاء الافتراضيّ هي الثقافة السيبرانيّة (Cyber Culture)، وهي ثقافة تمتلك خصائصَ كلّ الثقافات وتحوي في ثناياها بعضَ المعايير والقيم المميّزة كالانفتاح ومشاركة المعلومات وإتاحة الوصول، ولهذه القيم جذورُها في برمجة المصدر المفتوح وفي حركة مشاركة المعلومات والتحسين المستمرّ. والثقافةُ السيبرانيّة مثل كلّ الثقافات تنمو وتتطوّر؛ إذْ تحدث تغيّراتٌ أُخرى داخلَها وحولَها، واختلافها الأكبرُ عن الثقافات الأُخرى يكمنُ في أنها أكثرُ سيولة بكثير من الثقافة على العموم.

لذا، كان لوسائل الإعلام الجديد قدرة تأثير هائلة في نواحي مُستخدميها المعرفيّة والسلوكيّة والعاطفيّة، فباتت سلاحًا ذا حدّين بخصائصها الإيجابيّة والسلبيّة بالذات على منظومة الأفراد القيميّة، وازدادت شدّة تأثيرها في المجتمعات غير المستقرّة بنائيًا، ممّا أسهم على نحوٍ أكبرَ في خلق مفاهيمَ قيميّة جديدة من شأنها أن تُحدث صراعًا قيميًا في العالم الافتراضيّ ينعكس على العالم الاجتماعّي الواقعيّ؛ فالقيم تُعَدُّ خاصيّة من خصائص المجتمع الإنسانيّ؛ لأنّ الإنسان موضوعها ولأنها ظاهرة اجتماعيّة تختصّ بالجنس البشريّ عمومًا، وتشتقّ أهميتها ووظائفها من طبيعة وجوده في المجتمع، فلا وجود للمجتمع الإنسانيّ دون وجود للقيم؛ لأنهما ظاهرتان متماسكتان أشدّ التماسك، وتُمثّل القيم إطارًا مرجعيًا يحكم تصرّفات الفرد والجماعة، ممّا يخلق لها دورًا جديدًا في تشكيل الشخصيّة والطابع القوميّ، ومجموع كلّ أنظمة القيم يُمثّل نَسقًا قيميًا؛ إذْ يتضمّن كل نظام قيميّ ما اتّفق عليه المجتمع وأقرّه، كالقيم الاقتصاديّة والسياسيّة والتعليميّة والأُسرية، فمنظومة القيم ترتبط ارتباطًا وثيقًا بالتغيّر الاجتماعيّ حتى باتت المجال الأساسيّ لإحداث التغيير، وعمليّة التغير قد تحدث فترفع شأن مجموعة من القيم وتخفض شأن بعضها الآخر على نحوٍ مباشر أو غير مباشر.

وتُعالج سببيّة تغيّر القيم من خلال مفهوم الحاجة؛ إذ إنّ القيم تنشأ لدى الأفراد لارتباطها بحاجاتهم الأساسيّة التي

تختلف باختلاف الأفراد وظروفهم وإمكاناتهم؛ أي أنها تُعالج بِوَصْفِها إطاراً متغيّراً باستمرار يستجيب بمرونة لتغيّرات المجتمع وليس بِوَصْفِها إطاراً ثابتاً للنسيج الاجتماعيّ، وقد ينجم عن هذا التغيّر صراعٌ قيميّ، ويقع صراع القيم عندما تتوازن قيمتان عند الفرد أو الجماعة أو عندما يتبنّى المرء نظامين مختلفين من القيم، ويُحسم الصراع لصالح القيمة الأكثر أهميّة لدى الفرد، وفي ظلّ الثقافة السيبرانيّة "الافتراضيّة" ونظراً إلى لامحدوديّة شبكة علاقات الفرد الاجتماعيّة في الفضاء الافتراضيّ يواجه الفرد سيولة هائلة من القيم المماثلة لقيمه أو المتضاربه معها، أو قد تُسهم في تشكيل منظومته القيميّة أو إعادة تشكيلها، ممّا يجعله أكثر عرضة للصّراع القيميّ، فكلُّ مجتمع افتراضيّ يطوّر ثقافته الافتراضيّة الخاصّة تبعاً لعوامل عدة، مثل؛ ديموغرافيا المشاركين واهتماماتهم المشتركة، والطريقة التّقَنيّة لإعداد الشبكة المستخدمة أو تهيئتها، وكذلك البيئة البرمجيّة التي يستخدمها أعضاء الشّبكة، ويستخدم الفرد وسائل الإعلام الجديد استخداماً موجّهاً لإشباع حاجاته، ويختار منها الوسيلة القادرة على إشباع هذه الحاجات؛ إذْ يختار المضمون الذي تحتويه بما يتناسب معَ حاجاته ورغباته، ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيّرات الديموغرافيّة، مثل: الجنس، والعمر، ومستوى الدخل، ونوع المهنة، والمستوى التعليميّ، ويُشير إشباع الوسيلة إلى مزيد من الاستجابات الفوريّة المتعلّقة بالحاجة، مثل: الحاجات (العاطفيّة/ الوجدانيّة)، والمعرفيّة، والشخصيّة، والاجتماعيّة.

ومن خلال نتائج الدراسات السابقة وذات الصّلة بموضوع الدراسة، والاسترشاد بقضايا النظريّة التفاعليّة الرمزيّة التي تقوم على مفاهيم الرموز والمعاني وتعتبر الذات موضوعاً اجتماعيّاً، التي تُبنى على أساس من عمليّة تفاعل معَ الآخرين في ضَوء النسق الثقافيّ للأدوار في المجتمع، ممّا يساعد الأفراد على اكتشاف أنفسهم، واستطاعت الدراسة الإجابة عن أسئلتها:

السؤال الأول: ما مفهومُ الصّراع القيميّ؟

يشير مفهوم الصّراع القيميّ إلى حالة تعارض وتضادّ القيم التي يتبنّاها الفرد نتيجة تغيّرها وَفقاً لحاجاته، ويَحسم الصّراع لصالح القيمة الأكثر أهميّة لديه، ممّا يستدعي ترتيبها ضمن نطاق قيميّ جديد، تبعاً لأولويات معيّنة وحاجات جديدة، وقد لا يتفق هذا النطاق الجديد معَ النسق القيميّ السائد أو القديم.

2. ما موضوعاتُ الصّراع القيميّ في الفضاء الافتراضيّ؟

توصّلت نتائج الدراسة إلى أنّ أبرز موضوعات الصراع القيميّ في الفضاء الافتراضيّ في المجالات الاقتصاديّة والاجتماعيّة والثقافية والسياسيّة، هي:

1. أبرز الموضوعات التي أثارت صراع الأفراد القيميّ في المجال الاقتصاديّ هي "الكَسب والاستهلاك"؛ إذ أتاحت وسائل الإعلام الجديد فرصة الكسب السريع للأفراد، لتتغيّر القيمُ الجماليّة والثقافيّة والاجتماعيّة؛ كمقاييس الجمال، واستهلاك العواطف، ومعايير اختيار الشريك، وقيمة العمل لدى الشباب، وقيمة الوقت والزواج والحُبّ، إذْ تتضاربُ معَ قيم الفرد الأصيلة، خاصّة في الدول العربيّة والإسلاميّة.

2. وفي المجال الاجتماعيّ برز موضوعات صراع الأجيال، والعنف الإلكتروني، والسلوك الفرديّ، وتعميق عدم الشعور بالانتماء الاجتماعيّ، ونشر السلوك المنحرف والميول الجنسيّة غير السويّة وتعزيزها.

3. أمّا في المجال السياسيّ فبرز موضوع تشكيل الوعي السياسيّ وإعادة تشكيله من خلال استغلال وسائل الإعلام الجديد للترويج لأيديولوجيّات وتوجّهات سياسيّة جديدة قد تصبّ في مصلحة الأفراد ومصلحة أوطانهم، أو بما يُثير الصّراع وإحياء العامل الديني وإعادته إلى المجال العام وتعزيز قيم الولاء والانتماء وظهور المواطنة الرّقْميّة التي ساهمت في تعزيز مبادئ الديمقراطيّة والتحرّر.

4. ويتعلّق موضوع الصراع القيميّ في مجال القيم الثقافيّة باغتراب أفراد المجتمع وهُويّتهم وخصوصيّتهم الثقافيّة، التي استهدفها الغزو الثقافيّ الفكريّ مؤدّياً بها إلى التبعيّة، والانسلاخ عن الذات، أو الاستسلام والانبهار، والتنكّر للهُويّة القوميّة والوطنيّة والشخصيّة.

3. كيف يُفسّر منظور التفاعليّة الرمزيّة ظاهرة الصّراع القيميّ في الفضاء الافتراضيّ؟

وإنّ التفاعل الاجتماعيّ في الفضاء الافتراضيّ تماماً كالتفاعل الاجتماعيّ الذي يحدث في المجتمع الواقعيّ،

فالمجتمع الافتراضي شبكات من العلاقات الاجتماعيّة تحتوي على كَمٍ هائل من المعاني والرموز الخاصّة بها، التي تحمل في تثاياها مجموعة من القيم، ومجموعة أُخرى من المعاني والرموز التي ينقلها الأفراد من واقعهم الفعليّ إلى واقعهم الافتراضيّ، الذي يحاوونل بها ومن خلالها أن يديروا انطباع الآخرين عنهم من خلال ما يعرضونه من صور مثاليّة وإيجابيّة، سواء بما يعرضونه من فيديوهات أو من صور وكلمات وعبارات وآراء تجاه القضايا المطروحة للنقاش في الفضاء الافتراضيّ، ويوازي ذلك مبدأ(أنا كما يراني الآخرون)؛ أي أنّ الفرد في مجتمعه الافتراضيّ يراعي قيم الثقافة السبيرانية ومعاييرها ويتعلّم رموزها ومعانيها، ويعمل على إعادة تشكيل ذاته الاجتماعيّة من خلال سيطرة (نفسي) الافتراضيّة على (الأنا)؛ لذا يسعى كثيرٌ من الأفراد إلى تغيير الصّور وعرض جزء محدّد من يومياتهم على صفحات الفيس بوك أو اللينكد إن أو اليوتيوب على نحوٍ مستمرّ من أجل تغيير صورة أنفسهم التي يوصلونها للآخرين. وقد يكوّن الفرد من خلال ذاته في أثناء التفاعل الافتراضيّ صورة عن نفسه أو عن الآخرين ذات معانٍ سلبيّة لها آثار وخيمة في توازنه القيميّ؛ ففي الفضاء الافتراضيّ تتضح جدليّة العلاقة بين (الأنا، ونفسي)، ويميل الأفراد إلى الأداء التمثيليّ؛ أي أنّ الأداء الاجتماعيّ يميل إلى أن يكون مثاليًا ومصمّمًا لتحديد الموقف من أجل هؤلاء الذين يلاحظونه؛ إذ يشعر الأفراد أنهم لا بدّ من أن يقدّموا معنًى مثاليًا لأنفسهم عندما يكونوا متفاعلين عبر وسائل الإعلام الجديد؛ لأنها مثالية فلا بدّ من إخفاء الأشياء التي لا تنسجم معَ الصورة المطلوبة معَ الثقافة السيبرانيّة ذات الرموز والمعاني التي تعلّمها مستخدمو وسائل الإعلام الجديد وشكّلت إحدى وجهي ذاته، وهي "نفسي" التي سيطرت على "أنا" المستخدمين. وعليه، تخضع أفكارهم الخاصّة وأفعالهم وينتقدونها من وُجهة نظر الشبكة الاجتماعيّة الافتراضيّة، وفي السياق نفسه تُسهِم الرموز والمعاني في الثقافة السيبرانيّة في تشكيل "الجماعات المتخيّلة" من خلال المشاهد الإعلاميّة المتخيّلة لوسائل الإعلام الجديد في تقرير الكيفيّة التي يتصوّر بها الأفراد حياتهم، وتجعل مضمون الإعلام الجديد ذا دور فاعل في عمليّة التنشئة الاجتماعيّة وإعادة تشكيلها المتمثّل في التخلي عن السلوكات والمعايير والقيم القديمة أو تعديلها لإحلال القيم الجديدة محلّها أو فعل ما يتواءم معَها.

المصادر والمراجـــع

المراجع العربية:

أحمد، غريب وجابر، سامية، (2003)، **علم اجتماع السلوك الانحرافي**. دار المعرفة الجامعيّة، الإسكندريّة، مصر.

الأسد، ناصر الدين، (2002)، **القيم بين الخصوصيّة والعموميّة**، أعمال المؤتمر الثقافيّ العربيّ السابع 21 – 23 تشرين الأول. ط(1)، بيروت: دار الجيل.

البشابشة، وسام، (2013)، **دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنيّة لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (فيسبوك وتويتر): دراسة على طلبة الجامعة الأردنيّة وجامعة البترا أنموذجًا**، رسالة ماجستير غير منشورة، كليّة الآداب والعلوم، جامعة البترا، عمّان، الأردن.

التويجري، أسماء، (2014)، **علم اجتماع المعرفة**، دار الزهراء، الرياض.

الرحامنه، ناصر، (2018)، **خطاب الكراهية في شبكة الفيس بوك في الأردنّ: دراسة مسحيّة**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردنّ.

الجموسي، جوهر، "الإرهاب السيبرانيّ: هل هو حرب غير مسماة؟"، **المجلّة الجزائريّة للعلوم الاجتماعيّة والإنسانيّة**، جامعة المسيلة، الجزائر.

السوالقة، رولا، (2016)، **المساندة الاجتماعيّة للأحداث المُساء إليهم جنسيًا**، نور نشر، المكتبة الوطنيّة الألمانيّة.

السوالقة، رولا، (2016)، التغيّر الاجتماعيّ والصّراع القيميّ لدى المرأة المتعلّمة في المجتمع الأردنيّ: دراسة مقارنة، **دراسات، العلوم الإنسانيّة والاجتماعية**، 43 (5):2067-2093.

الرواشدة، ميساء، (2019)، **نشر خطاب العنف في مضمون وسائل التواصل الاجتماعيّ: تحليل سوسيولوجي**، بحث محكّم ومنشور في: أعمال المؤتمر الدوليّ للعنف والتطرّف والإرهاب بأبعاده الدينيّة والسياسيّة والاجتماعيّة، دار أمجد للنشر، الأردنّ.

الحربي، حنان صال فهد، (2007)، **التحدّيات المعاصرة وعلاقتها في إبراز مظاهر الصّراع القيميّ في المجتمع**

الكويتيّ كما يراها طلبة جامعة الكويت: دراسة ميدانيّة. أطروحة دكتوراه غير منشورة. الجامعة الأردنيّة، الأردن.

الخليفة، مواهب، (2017)، **دور مواقع التواصل الاجتماعيّ في تغيير القيم الاجتماعيّة لدى الشباب**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

الشهري، حنان، (2011)، **أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونيّة على العلاقات الاجتماعيّة: الفيس بوك وتويتر نموذجًا**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، السعوديّة.

العسكري، سليمان، (2002)، **القيم والإعلام**، أعمال المؤتمر الثقافي العربيّ السابع 21 – 23 تشرين الأول. ط(1)، بيروت: دار الجيل.

الفليكاوي، حليمة، (2017)، أثر إدمان الموبايل كوسيلة من وسائل الاتصال على بعض المتغيّرات النفسيّة لدى طالبات الهيئة العامّة للتعليم التطبيقيّ والتدريب بدولة الكويت، **مجلّة العلوم التربويّة**، 3(1)، 151– 206.

المجالي، فايز، (2007)، استخـــدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعيّة لـــدى الشباب الجامعيّ: دراسة ميدانيّة، **المنارة للبحوث والدراسات**، 13 (7):160–197.

المصري، محمّد، (2006)، الأُسرة العربية وهوس الإنترنت، **مجلّة العربيّ**، عدد(575).

المقدادي، خالد، (2014)، **ثورة الشبكات الاجتماعيّة: ماهيّة مواقع التواصل الاجتماعيّ وأبعادها**، (ط1)، دار النفائس للنشر والتوزيع.

بركات، سليم ناصر، (2001). **علم الاجتماع السياسيّ**. دمشق: جامعة دمشق.

بورديو، بيير، (1994)، **العنف الرمزيّ: بحث في أصول علم الاجتماع التربويّ**، ترجمة: نظير جاهل، المركز الثقافي العربي، بيروت.

بيومي، محمّد أحمد، (2003)، **القيم وموجّهات السلوك الاجتماعيّ**. الإسكندريّة: دار المعرفة الجامعيّة.

جلبي، علي، (1993)، **الاتّجاهات الأساسيّة في نظريّة علم الاجتماع**، دار المعرفة الجامعيّة، الإسكندريّة، مصر.

جلبي، علي، (1999)، **علم الاجتماع**. الإسكندريّة: دار المعرفة الجامعيّة.

حسّان، أيمن، (2017)، **دور مواقع التواصل الاجتماعيّ في نشر الفكر المتطرّف**، المركز الأوروبيّ لدراسات مكافح الإرهاب والاستخبارات.

حسن، همّت، (2010)، **دراسات في نظريّات الإعلام**، مصر العربيّة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

حسين، ليلى، (2015)، **اتّجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعيّ (الفيسبوك، تويتر): دراسة ميدانيّة على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

خليفة، إيهاب، (2016)، **مواقع التواصل الاجتماعيّ: أدوات التغيير العصريّة عبر الإنترنت**، (ط1)، المجموعة العربيّة للتدريب والنشر: مصر.

خليفة، عبد اللطيف، (2004). **التغيّر في نسق القيم لدى الشباب الجامعيّ: مظاهره وأسبابه**. المؤتمر السنويّ الثاني للشباب الجامعيّ: ثقافته وقيمه في عالم متغيّر، جامعة الزرقاء الأهليّة، المنعقد في الأردن في الفترة من 27– 29 يوليو.

راضي، زاهر، (2003)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعيّ في العالم العربيّ، **مجلّة التربية**، عدد 15، جامعة عمّان الأهليّة، عمّان.

رحومه، علي، (2008)، **علم الاجتماع الآليّ: مقاربة في علم الاجتماع العربيّ والاتصال عبر الحاسوب**، عالم المعرفة: المجلس الوطنيّ للثقافة والفنون والآداب.

زايد، أحمد، (1984)، **علم الاجتماع بين الاتّجاهات الكلاسيكيّة والنقديّة**، (ط2)، دار المعارف، القاهرة، مصر.

زايدي، ربيحة ولكحل، حليمة، (2017)، **أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعيّ في العلاقات الأُسريّة" الفيسبوك نموذجًا: دراسة ميدانيّة لمجموعة من المعلّمات المتزوّجات**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر.

زعلان، عبد الفتاح وعلاء طالب، فيصل الطائي، (2014)، دور شبكات التواصل الاجتماعيّ في تعزيز ثقة الزبون: دراسة تحليليّة لآراء عينة من مديري شركات الهاتف النقّال في العراق "زين، آسيا سيل، كورك، اتصالنا"، **المجلّة العراقيّة للعلوم الإداريّة**، 11 (4):1–25.

سليمة، حموده، (2015)، الإدمان على الإنترنت: اضطراب العصر، **مجلّة العلوم الاجتماعيّة والإنسانيّة**، العدد (21): 213–224.

سنو، غسّان منير، (1997)، **القيم والمجتمع**. ط(1)، بيروت: دار صادر للنشر.

شتلة، ممدوح ومرعي، حنان، (2015)، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعيّة وعلاقته بالمشاركة السياسيّة في الانتخابات الرئاسيّة المصريّة 2014: دراســـة ميدانيـّـة على عينة من الشباب الجامعيّ المصريّ، **دوريّة إعلام الشرق**

الأوسط، العدد (11):40-53.

شكري، فايزة، (2002)، **القيم الأخلاقيّة بين الفلسفة والعلم**. ط(1)، الإسكندريّة: دار المعرفة الجامعيّة.

شمس، ندى، (2017)، **المواطنة في العصر الرَّقْمِيّ**، معهد البحرين للتنمية السياسيّة.

طه، علي، (2019)، **دور وسائل التواصل الاجتماعيّ في انتشار حالات الشروع في الانتحار: دراسة حالة لمحاولي الانتحار في الأردن**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنيّة، عمّان.

عبد الدايم، عبدالله، (2000)، معالم الفلسفة التربويّة العربيّة المنشورة في: عبدالله عبد الدايم محرّرًا، **نحو فلسفة تربوية عربيّة: الفلسفة التربويّة ومستقبل الوطن العربيّ**، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربيّة.

عبد الرزاق، رأفت، (2013)، **دور مواقع التواصل الاجتماعيّ في تشكيل الوعي الاجتماعيّ: دراسة ميدانيّة لحالة الحِراك الشعبيّ في العراق على عينة من طلبة جامعات كلٍّ من المَوصل والأنبار وتكريت**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة البترا، الأردن.

عبد العاطي، السيد، (2002). **دراسات اجتماعيّة ميدانيّة: قيم اجتماعيّة/تغيّر اجتماعيّ**. الإسكندريّة: دار المعرفة الجامعيّة.

عثمان، إبراهيم، (2004)، **مقدّمة في علم الاجتماع**. عمّان: دار الشروق للنشر.

عربيّات، عبد اللطيف، (2004). **دور القيم في التغيّر الاجتماعيّ**. ط(1)، عمّان: جمعيّة العفاف الخيريّة.

علي، بوخلخال وعلي، بقشيش، ممارسات الشباب لسلوك المواطنة الافتراضيّة على مواقع الميديا الاجتماعيّة: دراسة استطلاعيّة على عينة من الشباب مستخدمي مواقع الميديا الاجتماعيّة، **مجلّة الدراسات القانونيّة والسياسيّة**، 4(1): 133-146.

عمر، معن، (1991)، **نقد الفكر الاجتماعيّ المعاصر**، (ط2)، دار الآفاق الجديدة، بيروت، لبنان.

عوض، حسني، (2012)، أثر برنامج تدريبي لتنمية المسؤوليّة المجتمعيّة لدى فئة الشباب باستخدام موقع التواصل الاجتماعيّ (الفيس بوك): تجربة مجلس شباب علار أنموذجًا، **مجلّة الشارقة للعلوم الإنسانيّة** والاجتماعيّة، 10(2): 101-129.

غريب، حكيم، (2017)، **مخاطر مواقع التواصل الاجتماعيّ على الأمن المجتمعيّ: الرهانات والإستراتيجيات**، ورقة علميّة في الندوة النقاشيّة العلميّة الدوليّة حول "عولمة الإعلام السياسي وتحدّيات الأمن القوميّ للدول النامية"، المدرسة الوطنية العُليا للعلوم السياسيّة، الجزائر.

فوزيّة، محمدي وخدة، فاطمة الزهراء، (2018)، تأثير العنف الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعيّ على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب: دراسة ميدانيّة بمدينة ورقلة، **مجلّة جيل العلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة**، العدد 40، ص 47-60.

كريب، إيان، (1999)، **النظريّة الاجتماعيّة من بارسونز إلى هابرماس**، محمّد حسين غلوم (مترجم)، عالم المعرفة، عدد (244)، الكويت.

لطرش، فطوم، (2014)، **استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسميّ للجامعة والإشباعات المتحقّقة منه: دراسة مسحيّة على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمّد خيضر "بسكرة"**، رسالة ماجستير غير منشورة، كليّة العلوم الإنسانية والاجتماعيّة، جامعة محمّد خيضر، الجزائر.

مزيد، بهاء الدين، (2012)، **المجتمعات الافتراضيّة بديلًا للمجتمعات الواقعية: كتاب الوجوه نموذجًا**، جامعة الإمارات العربيّة المتحدة.

مطالقة، أحلام والعمري، رائقة، (2018)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأُسريّة من وجهة نظر طلبة اليرموك في ضوء بعض المتغيّرات، مجلّة دراسات، علوم الشريعة والقانون، 45 (4): 263-283.

معتوق، الزبير وعبدالقادر، مهاوات، (2018)، **أثر شبكات التواصل الاجتماعيّ الحديثة على العلاقات الأُسرية وأحكامها الفقهيّة**، الملتقى الدوليّ الثاني، معهد العلوم الإسلاميّة، جامعة الوادي.

Refrences:

Arabic Refrences:

Ahmad, Gharib, Jaber, and Samia (2003), Sociology of Deviant Behavior. Dar AL Marefa, Alexandria, Egypt.

Al-Asad, Nasir al-Din, (2002), Values between Privacy and Public, Proceedings of the Seventh Arab Cultural Conference, 21-23 October. I (1), Beirut: Dar Al-Jeel.

Al-Bashabsha, Wissam, (2013), Motives of Jordanian

University Students to using Social Media Sites and Its Problems (Facebook and Twitter): A Study on Students of the University of Jordan and the University of Petra as a Model, Unpublished Master Thesis, College of Arts and Sciences, University of Petra, Amman, Jordan.

Al-Tuwaijri, Asma, (2014), Sociology of Knowledge, Dar Al-Zahra, Riyadh.

Al-Rahamna, Nasser, (2018), Hate speech on Facebook in Jordan: a survey, unpublished MA thesis, Middle East University, Jordan.

Jamousi, Jawhar, "Cyber terrorism: Is it an unnamed war?" Algerian Journal of Social and Human Sciences, University of Messila, Algeria.

Swalqa, Rola, (2016), Social support for sexually abused juveniles, Nour Publishing, German National Library.

Swallika, Rola, (2016), Social change and the value of struggle among educated women in Jordanian society: a comparative study, studies, human and social sciences, 43 (5): 2067-2093.

Al-Rawashda, Maysa, (2019), Spreading the Discourse of Violence in the Content of Social Media: A Sociological Analysis, Refined Research and Published in: The Works of the International Conference on Violence, Extremism and Terrorism with its Religious, Political and Social Dimensions, Amjad Publishing House, Jordan.

Al-Harbi, Hanan Saal Fahd, (2007), Contemporary challenges and their relationship to highlighting the aspects of the value struggle in Kuwaiti society as viewed by Kuwait University students: a field study. Unpublished PhD thesis. The University of Jordan, Jordan.

Al-Khalifa, Mawahib, (2017), The Role of Social Media in Changing Social Values among Youth, Unpublished Master Thesis, Sudan University of Science and Technology.

Al-Shehri, Hanan, (2011), The Impact of Using Electronic Networks on Social Relationships: Facebook and Twitter as a Model, Unpublished Master Thesis, King Abdulaziz University, Saudi Arabia.

Al-Askari, Suleiman, (2002), Values and Media, Proceedings of the Seventh Arab Cultural Conference, 21-23 October. I (1), Beirut: Dar Al-Jeel.

Al-Felikawi, Halima, (2017), The effect of mobile addiction as means of communication on some psychological variables among female students of the Public Authority for Applied Education and Training in the State of Kuwait, Journal of Educational Sciences, 3 (1), 151-206.

Al Majali, Fayez, (2007), Internet use and its impact on social relations among university youth: a field study, Al-Manara Research and Studies, 13 (7): 160-197.

Al-Masry, Muhammad, (2006), The Arab Family and the Internet Obsession, Al-Arabi Magazine, No. (575).

Al-Miqdadi, Khaled, (2014), The Social Networks Revolution: The Social Media and its Dimensions, (1st ed.), Dar Al-Nafaes for Publishing and Distribution.

Barakat, Salim Nasser, (2001). Political Sociology. Damascus: Damascus University.

Bourdieu, Pierre, (1994), Symbolic Violence: A Study of the Origins of Educational Sociology, translated by: Nazeer Jahil, Arab Cultural Center, Beirut.

Bayoumi, Muhammad Ahmad, (2003), Values and Social Behavior Orients. Alexandria: Dar AL Marefa.

Jalabi, Ali, (1993), Basic Trends in Sociology Theory, Dar Al Marefa, Alexandria, Egypt.

Jalabi, Ali, (1999), Social Studies. Alexandria: Dar Al Marefa.

Hassan, Ayman, (2017), the role of social media in spreading extremist ideology, European Center for Studies on Combating Terrorism and Intelligence.

Hassan, Hemmat, (2010), Studies in Media Theories, Arab Egypt for Publishing and Distribution, Cairo, Egypt.

Hussein, Leila, (2015), Student attitudes towards the use of social networks (Facebook, Twitter): a field study on a sample of students of the Department of Sociology, an unpublished master's thesis, Muhammad Khaider University, Biskra.

Khalifa, Ehab, (2016), Social Media: Modern Tools for Change via the Internet, (1st ed.), The Arab Group for Training and Publishing: Egypt.

Khalifa, Abdellatif, (2004). The change in the value system of university youth: its manifestations and causes. The second annual conference for university youth: its culture and values in a changing world, Zarqa Al-Ahlia University, held in Jordan from 27-29 July.

Radi, Zahir, (2003), The use of social networking sites in the Arab world, The Education Magazine, No. 15, Al-Ahlia University of Amman, Amman.

Rahoumeh, Ali, (2008), Robotic Sociology: An Approach to Arab Sociology and Computer Communication, The World of Knowledge: The National Council for Culture, Arts and Literature.

Zayed, Ahmad, (1984), Sociology between Classical and Critical Trends, (2nd Edition), Dar Al Maaref, Cairo, Egypt.

Zaidi, Rabiha and Lakhal, Halima, (2017), The Impact of Social Media Use on Family Relationships "Facebook as a Model: Field Study of a Group of Married Teachers, Unpublished Master's Thesis, Zayan Ashour University, Djelfa, Algeria.

Zaalan, Abd Al-Fattah, Alaa Taleb, Faisal Al-Tai, (2014), The Role of Social Media Networks in Enhancing Customer Confidence: An Analytical Study of the Views of a Sample of Managers of Mobile Phone Companies in Iraq "Zain, Asia Cell, Korek, Etisalatna", The Iraqi Journal of Administrative Sciences, 11 (4): 1--25.

Salima, Hammouda, (2015), Internet addiction: the turmoil of the times, Journal of the Social and Human Sciences, Issue (21): 213-224.

Snou, Ghassan Mounir, (1997), Values and Society. I (1), Beirut: Dar Al-Sader Publishing.

Shatla, Mamdouh and Marei, Hanan (2015), The use of social networking sites and its relationship to political participation in the Egyptian presidential elections 2014: a field study on a sample of Egyptian university youth, Middle East Media Journal, Issue (11): 40-53.

Shoukry, Faiza, (2002), Ethical values between philosophy and science. I (1), Alexandria: Dar Al Marefa.

Shams, Nada, (2017), Citizenship in the Digital Age, Bahrain Institute for Political Development.

Taha, Ali, (2019), The Role of Social Media in the Spread of Attempted Suicidality: A Case Study of Suicide Attempts in Jordan, Unpublished Master Thesis, University of Jordan, Amman.

Abdel-Dayem, Abdullah, (2000), Characterestics of Arab Educational Philosophy published in: Abdullah Abdel-Dayem Editor, Toward an Arab Educational Philosophy: Educational Philosophy and the Future of the Arab Nation, Beirut: Center for Arab Unity Studies.

Abd Al-Razzaq, Raafat, (2013), The Role of Social Media Sites in Forming Social Awareness: A Field Study of the Case of the Popular Movement in Iraq on a Sample of Students from the Universities of Mosul, Anbar and Tikrit, Unpublished Master Thesis, University of Petra, Jordan.

Abdel-Ati, El-Sayed, (2002). Social field studies: social values / social change. Alexandria: Dar Al Marefa.

Othman, Ibrahim, (2004): An introduction to sociology. Amman: Dar El-Shorouk Publishing House.

Arabiyat, Abdellatif, (2004). The role of values in social change. (I), Amman: Al-Afaf Charitable Society.

Ali, Bukhalal and Ali, Bukchish, Youth Practices for Virtual Citizenship Behavior on Social Media Sites: An Exploratory Study on a Sample of Youth Users of Social Media Sites, Journal of Legal and Political Studies, 4 (1): 133-146.

Omar, Maan, (1991), Criticism of Contemporary Social Thought, (ed. 2), Dar Al-Afaq Al-Jadidah, Beirut, Lebanon

Awad, Hosni, (2012), The Impact of a Training Program for the Development of Social Responsibility among the Youth, Using the Social Media Site (Facebook): The Experience of the Allar Youth Council as a Model, Sharjah Journal of Human and Social Sciences, 10 (2):

101-129.

Gharib, Hakim, (2017), The Risks of Social Media on Societal Security: Stakes and Strategies, a scientific paper in the international scientific discussion symposium on "The Globalization of Political Media and National Security Challenges for Developing Countries", National Higher School of Political Sciences, Algeria.

Fawzia, Mohammadi Wokda, Fatima Al-Zahra, (2018), The Impact of Electronic Violence on Social Media on Social Relationships among Young People: A Field Study in Ouargla City, Generation Journal of Humanities and Social Sciences, Issue 40, pages: 47-60.

Craib Ian, (1999), The Social Theory from Parsons to Habermas, Muhammad Hussain Ghuloom (translator), The World of Knowledge, No. (244), Kuwait.

Latrsh, Fatoum, (2014), Students' use of the official website of the university and the gratifications obtained from it: a survey study on a sample of students of media and communication sciences at the University of Muhammad Khidir "Biskra", an unpublished master's thesis, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Muhammad Khidir, Algeria.

Mazyd, Bahaa El-Din, (2012), Virtual Societies Alternative to Realistic Societies: Facebook as a Model, United Arab Emirates University.

Matalqa, Ahlam and Al-Omari, Ra'iqa (2018), The Impact of Social Media on Family Relationships from the Viewpoint of Yarmouk Students in Light of Some Variables, Studies Journal, Sciences of Sharia and Law, 45 (4): 263-283.

Maatouk, Al-Zubair and Abdelkader, Mahawat, (2018), The Impact of Modern Social Networking Networks on Family Relationships and Their Jurisprudence Rulings, The Second International Forum, Institute of Islamic Sciences, Al Wadi University.

المراجع الأجنبية:

Farmer, L. (2010).**Teaching Digital Citizenship.** Selected Topics in Education and Educational Technology. ISSN: 1792-5061.

Frith, K. (2014). **Globalizing Beauty: A Cultural History of the Beauty Industry**. Conference Paper, International Communication Association, At Seattle.

Hampton, K.N., Rainie, L., Lu, W., Shin, I., & Purcell, K. (2014). **Social Media and the Cost of Caring**. Pew Research Center, Washington, DC.

Hampton, S. E., & Parker, J. N. (2011). Collaboration and productivity in scientific synthesis. **Bioscience**, 61, 900–910.

ICDL, (2015), Online Safety Report: A research study on the behavior of Arab youth on the Internet and the risks they face, ICDL Arabia.

Marques, H. P. (2016). **Effects of media exposure to beauty ideals on body image concerns among adolescent girls from brazilian origins living in Spain**. Unpublished Master Thesis. http://hdl.handle.net/10230/27969.

Mills, J.S., Shannon, A., Hogue, J. (2017). **Beauty, Body Image, and the Media.** In book: Perception of Beauty. DOI: 10.5772/intechopen.68944.

Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2009), More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? **Cyber Psychology & Behavior**, 12(4):441-444.

Nie, Norman and Erbing, Lutz. (2009), **Internet and Society: A preliminary Report. Standford Institute for the Quantitative study of Society**. Intersurvey Inc., Mckinsey and co.

Patrick, E.C & Boris W.B. (2001)**. Personal Value Systems and Decision- Making Style of Public Managers.** Public Personnel Management.

Primack, B.A., Shensa, A., Sidani, J., Whaite, E., Lin, L.,

Rosen, D., Colditz, J., Radovic, A., and Miller, E. (2017), Social Media Use and Perceived Social Isolation among Young Adults in the U.S. **American Journal of Preventive Medicine**, 53(1), pp 1–8.

Rake, J., Bonds, J. (2008). MySpace and Face book: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites, **Cyber Psychology and Behavior**, 11(2),169-174.

Raymer, K.,(2015) .**The effects of social media sites on self-esteem**. Theses and Dissertations (Master), Rowan University**.**

Ritzer, G, (2015). **Introduction to Sociology**, SAGE Publications, Inc.

Schinkel, W. (2010). The Virtualization of Citizenship, **Critical Sociology**. 38 (2), 265-283.

Seabrook, E.M., Ml, K., Rickard, NS. (2016). Social Networking Sites, Depression, and Anxiety: A Systematic Review, **Journal of Medical Internet Research Mental Health**, 3(4):e50.

Serrano-Puche, J. (2016). Internet and Emotions: New Trends in an Emerging Field of. **Comunicar**, 24 (46): 19-26.

Sidanim J., Shensa, A., Hoffman, B., Hanmer, J., Primack, B. (2016).The Association between Social Media Use and Eating Concerns among U.S. Young Adults, **Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics**, 116 (9): 1465–1472.

Snyder, H., (2019). Literature review as a research methodology: an overview and guide-lines. **J. Bus. Res**. 104, 333–339.https:// doi.org/ 10.1016/ j.jbusres. 2019.07.039

Strocker, M., (2009). **Plural and Conflicting Values**. Oxford: Clarendon Press.

Sultana, S. (2017), Social Networking Sites (SNS) and Family Relationship: A Study on Youths of Dhaka City, **Journal of Humanities and Social Science**, 22(4), 46-52.

UNESCO, (2009), World Report: Investing in culture diversity and intercultural dialogue, United Nation Educational, Culture and Scientific Organization.

Urista, M., Dong, Q., and Day, K. (2009). Explaining why young adults use MySpace and Face book through uses and gratifications theory. **Human Communication**, 12(2), 215-229.

Widen, G.,Lindström, J.,Brannback, M., Huvila, I.,Nystrom, A -G. (2015), Mixed Emotions in Active Social Media Use -Fun and Convenient or Shameful and Embarrassing?. In iConference 2015 Proceedings.

Values Conflict in Virtual Space
"A Systematic Approach to the Study of Social Informatics"

Rula Odeh Alsawalqa *

ABSTRACT

In light of increasing new media applications, number of users, diversity of quality, age, class and ethnicity, the cyber culture has been formed and new value concepts have contributed to the formation and reshaping social and political awareness of individuals, especially young people in shaping the vision of its users, it also controlled attitudes, patterns of consumption, creativity, expressions and cultural diversity, influenced the processes of self-identification at individual and collective levels.

This study clarifies the concept of values conflict and identifies the most prominent topics in the virtual space by guiding the issues of interactive symbolic theory to find out its causes and understand its dimensions. The results found, most prominent topics that raised values conflict of individuals in the economic field is gain and consumption and in the social field, emerged the issue of generational conflict, electronic violence, deepening the lack of social belonging, spread and promote deviant behavior and abnormal sexual orientation. In the political field, reshaping political awareness emerged through the ability promoting new ideologies and political trends in the interest of individuals, their homelands in a way provoking conflict, reviving religious factors returning it to the public field, promote values of loyalty ,belonging, emergence of digital citizenship, contributing promotion of principles of democracy and liberation. Regarding the cultural field, phenomenon of alienation, everything related to the identity, cultural specificity of members of society emerged, which was targeted by intellectual cultural invasion, leading to subordination, self-reliance, surrender, and denial of nationalism, national and personal identity.

Keywords: Values Conflict; New Media; Cyber Culture; Social Informatics.

* School of Arts,The University of Jordan.
Received on 2/10/2019 Accepted for Publication on 24/8/2020.