



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

E-ISSN: 2707-188X

دور مواقع التواصل الاجتماعي تجاه التبادل الثقافي (دراسة مسحية للدراسات السابقة)

أستاذ مساعد دكتورة نوف عبد اللطيف الحزامي¹

البريد الإلكتروني: nalhuzami@KSU.EDU.SA

تاريخ النشر: ٢٠٢١/٦/٦ م

الملخص

التقنيات الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي أتاحت للمجتمع البشري إمكانية الاتصال والترابط بشكل كبير. لكن على الرغم من هذه الثورة الرقمية والتي أدت لتوسيع مجال التواصل بين الثقافات، فقد أغفل الباحثون في مجال الاتصال والعلوم الاجتماعية إلى حد كبير دراسة تأثير وسائل الإعلام الجديدة على التواصل بين الثقافات، وهناك فجوة في الأبحاث التي تتطرق لدور مواقع التواصل الاجتماعي في التبادل الثقافي بشكل عام. في بعض الدراسات يرى الباحثون أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً إيجابياً وتنتج ثقافة عالمية ثالثة. بينما يجادل باحثون آخرون بأن وسائل الإعلام هذه تساعد في تجميع الناس والثقافات ذات التفكير المماثل معاً في تجمعات رقمية، مما قد يقلل من عملية التبادل الثقافي أو بين الثقافات. تجادل مجموعة ثالثة بأن وسائل التواصل الاجتماعي هي مجرد مرآة تعكس الوضع الثقافي في العالم وليست مؤثرة أو ديناميكية في حد ذاتها. تهدف هذه المقالة إلى مراجعة الأدبيات حول الاتجاهات الأكاديمية المختلفة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التبادل الثقافي، وتقدم أربع سياقات جدلية مختلفة يمكن أن تكون أساساً لنظريات محتملة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي تجاه التبادل الثقافي.

¹ أستاذ مساعد، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، وسائل التواصل، الشبكات الاجتماعية، الإعلام الاجتماعي، التبادل الثقافي، التعددية الثقافية، الثقافة، التغيير الثقافي.

Abstract

New technologies and social networking sites provided humanity a great possibility for communication and connection. Yet, despite this digital revolution, which led to the expansion of the possibility of intercultural communication, researchers in the field of communication and social sciences have largely ignored to study the impact of new media on intercultural communication, and there is a gap in research that deals with the role of social media in cultural exchange in general. Some studies suggest that social media play a positive role and are producing a third cosmopolitan culture. Others argue that such media assist in clustering like-minded people and cultures together, which may diminish the process of cultural exchange or interculturality. Third perspective suggests that social media are merely mirrors that reflect the cultural situation in the world and are not a dynamic by themselves. This article aims to review and categorize the literature regarding the role of social media in interculturality to present four different arguments.

Keywords: Social Media, Social Networks, Interculturality, Culture, Cultural changes.

* المقدمة

يعتبر مجال دراسة مواقع التواصل الاجتماعي مجالاً ناشئاً بشكلٍ عام حيث لم تبدأ مواقع التواصل الاجتماعي بالظهور إلا بعد ظهور شبكة الويب الثانية Web 2.0 في عامي 2002 و 2003. ولهذا السبب تعتبر دراسات مواقع التواصل الاجتماعي محدودة مقارنة بالبحوث في المجالات الأخرى. وهناك نقص في عدد الدراسات الطولية longitudinal research التي تقوم على الملاحظة عبر فترات زمنية طويلة لدراسة تأثيرهما في بعض المجالات كالمجال الثقافي. علاوة على ذلك، فإن الطبيعة المتغيرة لهذه المواقع، والتطبيقات الجديدة التي تظهر بشكل متكرر، والتغيرات في سمات الجمهور أو المستخدمين، كل هذه العوامل تعني جميعها أهمية تقديم دراسات مستمرة لمراقبة تأثيراتها وعلاقتها بالمتغيرات المجتمعية والثقافية.

ليس هناك شك في أن التقنيات الجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي جعلت المجتمع البشري مترابطاً للغاية. لكن على الرغم من هذا التطور الرقمي والذي أدى لإتاحة مجال التواصل بين الثقافات، فقد تجاهل الباحثون في مجال الاتصال والعلوم الاجتماعية إلى حد كبير دراسة تأثير وسائل الإعلام الجديدة على التواصل بين الثقافات (Shuter, 2012).

ومع ذلك، يبقى السؤال حول ما إذا كان هذا الاتصال قد حسن مستوى الانفتاح والتواصل بين الثقافات؟ يجادل البعض في أن وسائل التواصل الاجتماعي حسنت الطرق التي يفهم بها الناس من ثقافات مختلفة بعضهم البعض وأن هذه الوسائط خلقت ثقافة عالمية أو كوزموبوليتانية (مثل: Chen, 2012; Shuter, 2011). بينما يعارض باحثون آخرون يرون بأن ظهور تكنولوجيا الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي قد خلق فجوات بين مجموعات معينة من الناس، حتى ضمن نفس الثقافة، لا سيما بين شرائح الشباب وكبار السن (الذين يعتبرون حامل الثقافة). ناقش باقادسايرن (2011) Bagdasaryan هذه الظاهرة بالقول إن التقاليد والابتكارات قد تعايشت في المجتمعات البشرية على مر العصور، فقد كانت الثقافات قادرة على التكيف مع الابتكارات الجديدة من خلال عملية تدريجية وثابتة للتكيف وتعزيز القيم الجديدة. لكن في العصر الحديث ازدادت سرعة انتشار الابتكار من خلال وسائل الإعلام الجديدة، مما أدى إلى عدم قدرة القيم التقليدية على مواكبة القيم الثقافية الجديدة التي تنتجها وسائل الإعلام الجديدة (Chen, 2012). ونتيجة لذلك، أصبحت الثقافات غير قادرة على التكيف مع التغيرات السريعة التي تسببها هذه الابتكارات. علاوة على ذلك، أثرت وسائل الإعلام الجديدة على الممارسات والعادات اليومية على الممارسات الثقافية فأحد أهم مكونات الثقافة هو الممارسات اليومية، وتغير هذه الممارسات يؤدي لتغير الثقافة.

هذا التأثير والدور الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة يقودنا إلى التساؤل عما إذا كانت تلعب دوراً إيجابياً تجاه الانفتاح والتبادل الثقافي بين المجتمعات، أم أنها تعمل ضده عبر تكوين مجموعات مغلقة ومتشابهة التفكير؟

تهدف هذه الورقة إلى إجراء مسح على الدراسات السابقة حول الاتجاهات البحثية المختلفة نحو العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتعددية الثقافية. علماً بأن هذه الورقة تبني على أساس دراسة سابقة (Alhuzami, 2020) حول نفس الموضوع، في محاولة لتوسيع وتحديث نطاق البحث وربطه بالمزيد من الدراسات الحديثة حول الموضوع.

* مشكلة الدراسة

المشكلة الرئيسية التي تحاول الدراسة بحثها هي ما إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً إيجابياً تجاه التبادل الثقافي أو أنها تعمل ضده من خلال سماتها التقنية، ومحاولة فهم طبيعة هذا الدور والعوامل المؤثرة في اتجاهه وحجمه من خلال قراءة ومسح الدراسات السابقة حول الموضوع وتصنيفها.

* هدف الدراسة

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيسي لجمع وعرض تصورات مختلفة لطبيعة مواقع التواصل الاجتماعي ودورها تجاه التبادل الثقافي من خلال إجراء مسح عام للدراسات الحديثة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي تجاه التبادل الثقافي، وتصنيفها لتقديم تصور عام وشامل.

* ما يميز هذه الدراسة عن غيرها

على الرغم من التقدم الكبير في تقنيات الاتصال لا يزال هناك نقص كبير في الدراسات المطروحة باللغة العربية حول علاقة هذه التقنيات بالتغيرات الثقافية. حيث تندر أو لا توجد - حتى هذا الوقت وحسب بحث الباحثة- دراسات باللغة العربية حول علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالتغيرات الثقافية. لذا فإن هذه الدراسة لها أهمية كبيرة، حيث أنها تقوم بترجمة وتلخيص وسرد عدد كبير من الدراسات الأجنبية حول هذا الموضوع لتقدم مستخلصاً علمياً هاماً حوله. إن مراجعة وعرض الدراسات السابقة حول موضوع دقيق وعميق ومتشعب مثل علاقة شبكات التواصل بالتغيرات الثقافية، وتقديم ملخص لأهم نتائج ومرئيات تلك الدراسات المختلفة الاتجاهات، ثم تصنيفها، سيساعد الباحثين في مجال الإعلام والثقافة على إجراء المزيد من الدراسات حول العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتبادل الثقافي وعلى فهم التنوع في طرق النظر للموضوع، كما أنه يساعد الباحثين على تطبيق أبحاث مماثلة بأبعاد زمانية ومكانية مختلفة وفي مجتمعات وظروف مختلفة. تتميز هذه الدراسة بأنها استخدمت طريقة المسح المنهجي وهو منهج نادر الاستخدام في مجال أبحاث الإعلام والثقافة، حيث عرجت على أكثر من 70 دراسة سابقة في المجال، وقامت باستخلاص أهم مرئياتها تجاه الموضوع، ثم تصنيفها لثلاث اتجاهات مختلفة. وبهذا فهي تقدم أصالة علمية مميزة وتسد ثغرة في مجال الدراسات الإعلامية المتعلقة بالتغيرات الثقافية باللغة العربية.

* أسئلة الدراسة

تحاول الورقة تقديم إجابة على السؤالين الرئيسيين التاليين:-

- 1- ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي تجاه التبادل الثقافي حسب ما توصلت له الدراسات السابقة؟
- 2- كيف يمكن تصنيف الأدبيات والدراسات السابقة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي تجاه التبادل الثقافي؟

* منهجية الدراسة

تستخدم هذه الدراسة الكيفية طريقة المسح المنهجي للدراسات السابقة **Systematic literature review**، والذي يقوم على جمع وقراءة الدراسات السابقة حول الموضوع ثم تصنيفها لأنماط أو نماذج **patterns** عامة بناء على اتجاهاتها أو نتائجها حول موضوع الدراسة.

حيث قامت الباحثة بإجراء مسح يشمل عينة من أكثر من 50 دراسة سابقة من الدراسات التي طرحت علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالتبادل الثقافي، ومن ثم قامت بتصنيف نتائج تلك الأدبيات والدراسات الحديثة إلى تصنيفات مختلفة من الدراسات حسب

الرؤية التي تحملها، لتقدم صورة عامة عن ما توصلت له تلك الدراسات حول موضوع الدراسة لمساعدة الباحثين على فهم طبيعة دور مواقع التواصل.

* الإطار المفاهيمي والنظري

في هذه الجزئية سيتم تقديم إطار مفاهيمي ونظري لتحديد مفهوم التبادل الثقافي ونظريته في هذه الدراسة.

* التبادل الثقافي Interculturality

من المهم أن نطرح موضوع اللبس والقصور في الترجمة العربية، حيث أن مصطلح **interculturality or interculturalism** يتم ترجمته في أحيان كثيرة بمسمى "التعددية الثقافية". بينما المصطلح المقابل للتعددية الثقافية هو **multiculturalism**، وهو مصطلح يتعلق بالتعدد نفسه من ناحية وجود الثقافات المتعددة، أما التبادل الثقافي **interculturality** فيتعلق بما هو بوجود العلاقة بين الثقافات. أي أنه يتضمن تجاوز مجرد القبول لحقيقة تعدد الثقافات الموجودة في مجتمع ما، إلى تعزيز الحوار والتفاعل بين تلك الثقافات (Ibanez & Saenz, 2006). وقد عرفه نيجل (2012) على أنه دعم الحوار بين الثقافات ومقاومة الميل نحو الفصل الذاتي **self-segregation** بين الثقافات.

وقد نشأ منظور التبادل الثقافي كردة فعل على التعددية الثقافية التي ركزت على تعدد الثقافات بحد ذاته كهدف في المجتمعات، وأغفلت العلاقة بين تلك الثقافات، فساهمت في تحول تلك الثقافات إلى مناطق معزولة عن بعضها البعض (نيجل، 2012). وهي تقوم على الاعتراف بالاختلافات والتشابهات بين الثقافات المختلفة. وقد حاول منظور التبادل الثقافي معالجة خطر خلق النسبية المطلقة في سياق ما بعد الحداثة **postmodernism** الذي قدم مفهوم التعددية الثقافية (Ewijk, 2010, p.136).

وتصف مارثا نوسباوم التبادل الثقافي على أنه يشمل فهم الاحتياجات الانسانية المشتركة في الثقافات، وفهم مجالات التنافر، ووجود الحوار النقدي بين الثقافات. وترى أنه يقاوم فكرة أن أفراد المجموعة فقط هم القادرون على فهم ثقافتهم من منظورهم (Kolapo, 2008). وقد نقد البعض (مثلاً: نيجل 2012، ونوسباوم) التعددية الثقافية التي رأى أنها مجرد وسيلة لتحديد المجموعات الثقافية، وهذا التحديد أو التوضيح دون تبادل يؤدي بها إلى العزلة والفرقة. كما نقدت مارثا نوسباوم في كتابها (Is multiculturalism bad for women) التعددية من وجهة نظر نسوية مختلفة لا مجال لطرحها في هذا البحث، حيث ترى أن التعددية الثقافية بحد ذاتها تعني قبول الثقافات بشكل سلبي بكل ما فيها من ممارسات قد تعتبر غير مقبولة في العصر الحديث. لذا تم تقديم مفهوم التبادل الثقافي كبديل فاعل وإيجابي للتعددية الثقافية السلبية **Passive multiculturalism** وكوسيلة لفهم الثقافات وطرح مشاكلها ونقاط تشابهها واختلافها عوضاً عن مجرد تقبل وجودها.

بناء على ما سبق نستطيع أن نقول أن التبادل الثقافي المقصود في هذه الدراسة لا يقتصر فقط على المعرفة العامة عن الثقافات الأخرى، ولا مجرد الإطلاع عليها، ولكنها تمثل التواصل والحوار مع أفراد من ثقافات أخرى لفهم ثقافتهم من منظورهم الخاص، في جو عام من الاحترام.

* المدخل نظري

من المهم تقديم مدخل نظري للتهيئة عن علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالثقافة من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية تتعلق بالتبادل الثقافي، وهي: بُعد الهوية وبعُد المعرفة وبعُد القيم. هذا المدخل مهم لفهم طبيعة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والثقافة وعناصرها وكيف يمكن أن تؤثر في تشكيلها.

* بُعد الهوية: وسائل التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية

منذ بدء ظهورها، تمت دراسة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والهوية من قبل العديد من الباحثين على سبيل المثال: كينيدي (Kennedy, 2006)، بويد (Boyd, 2007)، دي ليو وريدن (De Leeuw and Rydin, 2007)، ووير وميتشيل (Weber and Mitchell, 2008)، يومانسكي (Yumansky, 2008)، وليامز وآخرون (Williams et al., 2009)، جيونق وقراي (Cheong and Gray, 2011)، شو (Shaw, 2012)، روسفال (Roosvall, 2014)، قوندوس (Gündüz, 2017)، وديوميتريكا (Dumitrica, 2019)، كاريفان (Carrigan, 2019)، كاكينين وآخرون (Kaakinen, 2020).

ناقش تشين (Chen, 2012) كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على موضوعات وسمات الهوية الثقافية بدلاً من المعنى التقليدي للهوية كمنتج فريد من خلال التفاعل في سياق مجموعة معين، مما يمنح الأعضاء إحساساً بالانتماء للمجموعة. اثنان من هذه السمات هي الزمانية، وهي العلاقة بين الهوية والتطور التاريخي، والإقليمية والتي تشير إلى الروابط الجغرافية بين مجموعة من الناس. في الفضاء الرقمي الحالي لم تعد الهوية نتيجة للتطور التاريخي وليست مرتبطة بالفضاء الجغرافي. وبالتالي أصبحت الهوية الثقافية التي تعززها وسائل التواصل الاجتماعي عملية أيديولوجية أو فكرية بدلاً من كونها منتجاً تاريخياً جغرافياً.

تذكر بويد (Boyd, 2007) ميزة أخرى وهي غياب الجسم في التجربة الاجتماعية عبر الإنترنت. وهذا بحسب بويد يؤثر على تطور الممارسات الثقافية والاجتماعية اللازمة لتشكيل الهوية. ردود فعل الجسد ولغته تجاه تجارب الحياة المختلفة (على سبيل المثال تعابير الوجه وحركة الجسم وحجم الصوت ونبرة الصوت والمساحة الشخصية وإدارة الانطباع) كلها جزء من العملية التراكمية لتشكيل الهوية الثقافية، ولا يتم تضمينها في منتجات هوية ووسائل التواصل الاجتماعي.

بالإضافة إلى ذلك ناقش وير وميتشل (Weber and Mitchell, 2008) تأثير الإعلام الجديد على هوية الشباب من خلال مفاهيم "الإنتاجية" Productivity والتي توفر لهم وسائل لبناء هويتهم من خلال الصور والكلمات. تشجع هذه الإنتاجية الشعور بالتواصل بين المستخدمين من خلال ورش العمل التي يشاركون فيها لإنتاج أفلام أو تصميم مواقع. الطريقة الرئيسية الأخرى التي تؤثر بها إنتاجية وسائل الإعلام الاجتماعية على هوية الشباب هي من خلال الانعكاس والتفاوض. عززت وسائل التواصل الاجتماعي الانعكاسية من خلال حاجة المستخدمين لدعوة جماهيرهم لتقديم تعليقات حول منتجاتهم أو -على النقيض من ذلك- عبر التعليقات على منتجات الآخرين. وقد أيد هذا المنظور دي ليو وراين (De Leeuw and Rydin, 2007) بالقول بأن إنتاجية وسائل التواصل الاجتماعي توفر للأطفال القدرة على تكوين هويات جديدة، بل وأتاحت لهم حتى إعادة تعريف مفهوم وفكرة "المتزل"، والذي يمكن أن يغير رؤيتهم لحياتهم المستقبلية.

ميزة أخرى مهمة للهوية في المجال الرقمي هي عدم استقرارها وإمكانية تحولها المستمر، فليس لدى المستخدمين هوية واحدة فقط عبر الإنترنت. قد يكون إخفاء الهوية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي إحدى الميزات التي تسهل هذا التغير للهوية. وقد أشار Yumansky (2008) إلى ذلك التفكك الذي يسهل التحول بين الهوية الحقيقية/غير المتصلة بالإنترنت والهوية الرقمية.

من خلال مراجعة ما سبق من الدراسات يمكن القول بأن أهم سمات الهوية الثقافية التي تأثرت بيئة وسائل التواصل الاجتماعي هي: الزمانية، الإقليمية، غياب الجسم، الإنتاجية وعدم الاستقرار.

* بعد المعرفة: وسائل الإعلام والمعرفة الاجتماعية

تناولت الدراسات الإعلامية مفهوم المعرفة بطرق مختلفة، فقد ناقشت بعض الدراسات المعرفة على أنها "معلومات" أو "آراء". على سبيل المثال جادل سوير وتشين (Chen, 2012) بأن الأفراد يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بهدف اكتساب المعرفة والتعرف على الآراء ووجهات النظر المختلفة بشأن القضايا والمواضيع والأحداث (Sawyer and Chen, 2012, p.152). ويمكن ملاحظة هذا الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي في عمليات النشر والبريد الإلكتروني التي حولت وسائل التواصل الاجتماعي إلى مساحة لنشر الأخبار والأحداث والفضائح والمعلومات. فمستخدمو YouTube و Twitter وغيرها يروجون لأنفسهم عن أنفسهم من خلال إظهار كمية وأنواع المعلومات الاستثنائية التي يمكنهم تقديمها عبر محتوهم (بغض النظر عن نوع المعلومات أو سطحيته أو مصداقيتها).

من جهة أخرى إذا اعتبرنا المعرفة طريقة لإدراك وفهم الأشياء، وليس مجرد معلومات (في ضوء نظرية المعرفة للمفكر نعوم تشومسكي وهي أننا لا نملك سوى رؤى غير مكتملة حول الخصائص الحقيقية للأشياء في العالم وأن معرفتنا مقيدة وممكنة من قبل كل من البشر والطبيعة والعوامل الخارجية (Wilkin, 1999)، يمكننا أن نلاحظ أيضاً كيف تؤثر وسائل الإعلام الاجتماعية على

الطرق التي يتخيل بها الناس العالم، أي أنها تغير طريقة إدراكهم للأشياء من مناظير مختلفة. في هذا السياق، تمثل وسائل التواصل الاجتماعي عاملاً خارجياً يسمح للناس بالحصول على رؤى عديدة ومتنوعة للواقع.

أما إذا أخذنا في الاعتبار منظور المفكر الفرنسي ميشيل فوكو في أن المعرفة تتولد من خلال الممارسات الخطابية التي تهيمن على طريقة فهمنا وتمثيل العالم (Wilkin, 1999)، يمكننا أن نلاحظ كيف يقوم التواصل المستمر مع الآخرين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بممارسة دور تحفيزي وهام لتلقي التفسيرات الجديدة والنماذج البديلة لمكونات المعرفة (Hall, 1973). المجتمعات الافتراضية في مواقع التواصل الاجتماعي لا تساهم بالمعرفة فقط من خلال تقديم المعلومات، ولكن عن طريق تغيير الطرق التي ندرك ونرى ونفهم بها الواقع (Jones, 1995) ونكون تصوراتنا وبالتالي اتجاهاتنا عنه أيضاً.

وفقاً لوان وجيو (Wan and Chew, 2013)، فإن الطبيعة المشتركة للثقافة culture's communal nature ليست حول أفراد لهم خصائص متشابهة، بدلاً من ذلك، يتعلق الأمر بأفراد لديهم فهم مماثل للمعاني الرمزية المستخدمة في الوسط الثقافي cultural milieu وفهم مماثل للخصائص التي تعتبر أساسية للثقافة (Wan and Chew, 2013, p.248). قد يكون هذا الوصف وثيق الصلة بتعريف هوفستد (Hofstede, 1980) للثقافة على أنها "البرمجة الجماعية للعقل collective programming of the mind". من خلال هذا التعريف يمكن اعتبار المعرفة هي الطريقة التي تعمل بها "برامجنا العقلية" على شرح الأشياء. وبالتالي فإن المعرفة لا تتكون فقط من "معلومات" حول تاريخ أو لغات أو تقاليد أو تراث الثقافات الأخرى، ولكن أيضاً الطرق التي يتم من خلالها فهم هذه الأشياء وتفسيرها في تلك الثقافات. تنتقل هذه المعرفة إلى أعضاء الثقافة عبر الأجيال من خلال نواقل ثقافية cultural carriers، مثل المؤسسات الاجتماعية (المدرسة، الأسرة.. الخ) ووسائل الإعلام واللغة والفن والأدب (Lamoreaux and Morling, 2011). وعندما يتم قطع هذه النواقل-القنوات، يتوقف تدفق الثقافة للأفراد، وتواجه الثقافة خطر الانقراض.

وهنا يطفو على السطح سؤال هو: إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي تخفض روابط الشعوب بمعارفهم الثقافية، وبالتالي بثقافتهم الخاصة، فهل هذا يعني أنهم يكتسبون ثقافة عالمية كبديل لها؟ أو أن الأفراد سيحصلون على معرفتهم وفقاً لمصالحهم واهتماماتهم وميولهم ويتجمعون وفقاً لها ويكونون ثقافات أخرى؟ (كما سيتم مناقشته في الجزئيات اللاحقة). هل يمكن أن يؤدي تعدد مصادر المعرفة في وسائل التواصل الاجتماعي إلى معرفة ناتجة من تعدد ثقافات وتبادل ثقافي وبالتالي (ربما) إلى ثقافة عالمية؟ أم أن تدفق هذه المعرفة سيتأثر بالعديد من عوامل الوكيل agent factors مثل أنماط الشبكات (على سبيل المثال، تجانس المجموعات homogeneity of groups كما هو حاصل في مواقع التواصل) - والتي يمكن أن تكون بمثابة حارس البوابة بنمطٍ آخر؟ هذه الأسئلة تعتبر جوهرية في دراسة علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالثقافة وتكونها ولا زالت بحاجة للمزيد من الدراسات.

من ناحية أخرى، ناقش كلوفر (Kluver, 2002) العديد من القضايا المتعلقة بالمعرفة التي يتم الحصول عليها من خلال وسائل الإعلام الجديدة. وذكر بعض المخاوف حول طرق عرض المعلومات وتأثيراتها. فعندما يقرأ المستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي شيئاً ما ويحاول البحث عنه، ستقدم استراتيجيات محركات البحث المعلومات وفقاً لمصالح الشركات الكبرى التي تمتلك وتدير تلك المحركات. لذا، فإن المعرفة المنتشرة في المجالات الرقمية ليست متنوعة فعلاً كما نفترض؛ لأنها تصدر من جانب واحد وعبر بوابة واحدة غالباً. علاوة على ذلك، فقد ذكر كلوفر كيف توفر وسائل الإعلام الجديدة كمية غير محدودة من المعلومات المجزأة، ولكن مع ذلك فقد اختفى المعنى المحيط بتلك المعلومات أو ماذا تعنيه 'meaning has disappeared' (Kluver, 2002, p.503). ويرجع ذلك إلى القدرة المحدودة لوسائل الإعلام الجديدة على إنشاء "سرد شامل" أو تقديم إطار سياقي يخلق واقعاً يمكن أن يشمل قوالب نمطية قوية للثقافات (Kluver, 2002)، وبالتالي لا يمكن فهم ثقافة ما بمجرد الإطلاع على معلومات مجزأة عنها لأن السرد أو السياق الذي يتم بناءها من خلاله مفقود في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي. وهذا يقودنا مرة أخرى، بعيداً عن الآراء المتفائلة بدور مواقع التواصل الاجتماعي، إلى مسألة ما إذا كان تعدد مصادر المعرفة في وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز التبادل الثقافي أم لا.

* بعد القيم: وسائل التواصل الاجتماعي والقيم

وفقاً لسدالجرين (Dahlgren, 2009) تتعلق القيم بالمبادئ الجوهرية والإجرائية التي تشكل الحياة الاجتماعية. تناولت العديد من الدراسات العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والقيم. بحثت بعض هذه الدراسات في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على القيم (Suhr, 2009)، بينما استكشفت البعض الآخر تأثير القيم على استخدام الأفراد لوسائل التواصل الاجتماعي (Vinuales, 2011; Valenzuela et al., 2012; Uski and Lampinen, 2014; Debreceni, J.; Hofmeister-Toth, 2019; Naqvi et al., 2020).

على سبيل المثال، يبحث Uski وLampinen (2014) في القيم الاجتماعية وعلاقتها بآليات المشاركة وطريقة تقديم المستخدمين لذواتهم في وسائل التواصل الاجتماعي online self-presentation.

أما فالترويلا (Valenzuela et al., 2013) فقد ناقش كون القيم والأيديولوجيات الثقافية للأفراد قد تضخم أو تخفف من آثار وسائل التواصل الاجتماعي. كما ناقش كون طبيعة وسائل التواصل الاجتماعي تسمح لقيم معينة بالانتشار بشكل أسرع من غيرها في بعض الظروف. فعلى سبيل المثال، يمكن أن يؤدي الاتصال الذي يسمح بالمحادثة والتواصل الاجتماعي في مواقع التواصل الاجتماعي إلى إثارة اهتمام بالقضايا الجماعية لدى الشباب أكثر من غيرها.

كذلك قامت الكثير من الدراسات حول مواقع التواصل الاجتماعي بالتركيز على القيم المتعلقة بالتبادل الثقافي والمدنية كالتسامح والمساواة وحرية التعبير (Shirky, 2011; Valenzuela, et al. 2012; Swigger, 2013; Gainous)

(et al., 2016; Jha, 2020; van Dijck, 2020). كما كانت الخصوصية Privacy (وهي قيمة متعلقة بالتبادل الثقافي) واحدة من أكثر القيم التي نوقشت على نطاق واسع في دراسات مواقع التواصل الاجتماعي (على سبيل المثال: Tsay-Vogel, Quinn, 2016; 2018; Jozani, et al., 2020).

من خلال ما سبق نستطيع أن نرى أن العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والقيم معقدة، فهي تبادلية ومرتبطة بكمية كبيرة من العوامل والظروف. ومن ثم ينبغي إجراء المزيد من الدراسات التحريية حول قيم التسامح وحرية التعبير والمساواة في مواقع التواصل الاجتماعي للتوصل لفهم أشمل لعملية التبادل الثقافي فيها.

* تصنيف الدراسات السابقة حول دور وسائل الإعلام الاجتماعية في التبادل الثقافي

تم إجراء مسح عام على عدد من الدراسات التي تناولت موضوع مواقع التواصل الاجتماعي والتبادل الثقافي. كانت نتائج الدراسات واتجاهاتها مختلفة ومتناقضة حول دور مواقع التواصل تجاه التبادل الثقافي. وقد استطاعت الباحثة تصنيفها إلى أربع أنماط أو محاور رئيسية، وهي:-

١- دراسات ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي هي عامل محفز للتبادل الثقافي

ينظر العديد من الباحثين إلى وسائل التواصل الاجتماعي من منظور متفائل وإيجابي بأن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل وعداً بتحسين مستوى التواصل البشري عبر توفير وسائل أكثر للاتصال بين الأفراد (على سبيل المثال: Baym, 2010; Gauntlett, 2011; Pfister and Soliz, 2011)، والمساهمة في مناخ أفضل (Omenugha & Adum, 2008) ووفقاً لهذا الرأي فإن وسائل التواصل الاجتماعي تسهل بالتالي عملية التكيف بين الثقافات (Sawyer & Chen, 2012) خاصة بين المجموعات متعددة الثقافات (Chen, 2012, p. 3) لتطوير ثقافة افتراضية ثالثة جديدة (McEwan & Sobre-Denton, 2011).

يجادل فيستر وسوليز (Pfister & Soliz, 2011) بأن وسائل الإعلام الرقمية تشكل التواصل بين الثقافات من خلال (1) الدعاية والمنتديات العامة التي تتجنب حدود حراس البوابة الذين يتحكمون في ما يجب وما لا ينبغي قوله عن الثقافات الأخرى؛ (2) مساحات تواصل متعددة الوسائط يمكن إثرائها بالصور ومقاطع الفيديو والنصوص والصوت والارتباطات الشعبية لتعزيز تأثير التفاعل بين الثقافات، (3) نمط التواصل متعدد الأطراف many-to-many communication والذي يمزج الحوار على نطاق واسع ويدعم التعبير عن مجموعة متنوعة من الآراء دون تضييق مصطنع، (4) قدرة الأفراد على تمثيل أنفسهم ومجموعاتهم المختلفة بأنفسهم بدلاً من أن يتم تمثيلهم عن طريق وسيلة إعلامية مثلاً، مما قد يؤدي إلى تحسين الصور النمطية والتصورات المتجانسة للمجموعات الثقافية (Pfister & Soliz, 2011, p. 250). علاوة على ذلك، يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تساهم في التبادل الثقافي من خلال توفير المشاركة في النقاشات. يمكن أن يمثل النقاش والحوار في وسائل التواصل الاجتماعي فرصة لفهم

الثقافات الأخرى. بشكل عام يعد أنصار وسائل التواصل الاجتماعي بأن الخطاب على الإنترنت يمهّد الطريق لـ "يوتوبيا ديمقراطية" (Papacharissi, 2001, p. 10) Democratic Utopia حيث يمكن للأشخاص من مختلف الثقافات التعبير بحرية عن آرائهم وإقامة علاقات (Chen, 2012).

٢- دراسات ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي هي مضادة للتبادل الثقافي

من جهة أخرى يرى بعض الباحثين بأن "الأحلام الطوباوية" بأن وسائل الإعلام الجديدة ستحقق "سلاماً بوساطة الكمبيوتر" أو تسامحاً بين البشر، يجب أن تخضع لمزيد من النقد والتأمل والدراسة، إذ يجب ألا تستند الآمال والخطط المستقبلية فقط على "الخيال" التكنولوجي، ولكن على فهم أكثر دقة للتكنولوجيات وتأثيراتها (Kluver, 2002, p. 515).

فعلى النقيض من الحجج المتفائلة السابقة ينتقد آخرون دور وسائل التواصل الاجتماعي في التبادل الثقافي. حيث يجادل بعض الباحثين بأن التواصل من خلال الوسائط الرقمية وإن وجد فهو في الحقيقة سطحي وضلل للغاية وغير فعال (Baym, 2010)، وبالتالي لا يمكن اعتباره مساهماً في التبادل الثقافي. فعلى سبيل المثال يذكر كلوفر (Kluver, 2002) أن وسائل الإعلام الجديدة توفر معلومات أكثر، ولكن في المقابل معرفة ووعي أقل بالشؤون الخارجية للعالم. كما يجادل بأن المستخدمين غير المتحيزين يواجهون معلومات أقل في وسائل التواصل الاجتماعي مما قد يفعلونه من خلال القراءة من خلال إحدى الصحف أو مشاهدة البث التلفزيوني (Kluver, 2002, p. 514).

علاوة على ذلك يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تعزز الانتماء للهويات الثقافية الأصلية والتي يمكن أن تولد مواجهة مع منظور تعدد الثقافات والتبادل الثقافي، وتقلل من عدد فرص الاندماج الثقافي. على سبيل المثال قام زانق (Zhang, 2012) بإجراء دراسة على الطلاب الصينيين الذين يعيشون في الولايات المتحدة وتوصل إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ساعدهم في الحفاظ على هويتهم الثقافية الأصلية.

علاوة على ذلك تساعد وسائل التواصل الاجتماعي على تكون مجموعات ثقافية فرعية مختلفة ومنفصلة داخل نفس الثقافة (Boyd, 2007; Chen, 2012) segregate various groups within the same culture، وهذا قد يرتبط بميزة إمكانية البحث في مواقع التواصل الاجتماعي كما ذكرت بويد (Boyd, Why youth (heart) social network sites: the role of networked publics in teenage social life, 2007) وكيف تسهل العثور ابتداءً على المجتمعات ذات التفكير المماثل والإحاطة بها.

وقد تكون إمكانية الفصل بين المجموعات الثقافية مرتبطة أيضاً بحجة بورغيس (Burgess, 2015) بأن منصات وسائل التواصل الاجتماعي تخلق ثقافة "متابعة اهتماماتك" التي تؤكد على تقديم وربط المستخدمين ذوي الاهتمامات المماثلة ببعضهم في ما يسمى ظاهرة العنقودية Clustering. ففي الحياة الواقعية يجب على الناس التواصل مع أشخاص لديهم وجهات نظر مختلفة

وبالتالي سيضطرون للتكيف معها على أساس يومي، فاحتمالية أن يقابل الفرد شخصاً آخر له نفس وجهات النظر والآراء والاهتمامات منخفض وربما نادر في الحياة الواقعية العادية. في المقابل تتيح منصات وسائل التواصل الاجتماعي قدراً أكبر من التواصل بين المستخدمين ذوي التفكير المماثل. لذلك فمنذ ظهور وسائل التواصل الاجتماعي في وقت مبكر لم يكن دالبرغ (Dahlberg, 2001) متفائلاً جداً بشأن الفضاءات العامة عبر الإنترنت.

كما يُلاحظ أن تجانس هذه المجتمعات عبر الإنترنت على أساس اهتمامات مماثلة لا يسمح بتشكيل نقاش عقلائي نقدي، كما هو مطلوب لتوسيع الفضاء العام الحقيقي (Al-Saggaf, 2012). لذا يجادل دالبرغ بأن الأشخاص في المجتمعات الافتراضية (عبر الإنترنت) يميلون إلى الانضمام إلى المحادثات والعلاقات مع الآخرين الذين لديهم اهتمامات وقيم ومخاوف متشابهة، وهم يفعلون ذلك لتقديم الدعم العاطفي والرفقة والمشورة لبعضهم البعض وتعزيز أفكار بعضهم البعض بدلاً من التقييم لهم نقدياً (Al-Saggaf, 2006).

تشير النتائج التي توصل إليها السقاف (Al-Saggaf, 2003) إلى أن عدداً قليلاً جداً من المحادثات التي درسها كانت تتضمن نقاشاً أو اختلافاً في الآراء قيد الدراسة. حتى في حالات الخلاف، يحاول المشاركون تجنب النقاش لأنه يمكن أن يسبب لهم الحرج وقد يضعف علاقتهم. في المقابل، ينشر المستخدمون المجمات والمبالغ فيه تجاه الآخرين عند الرد عليهم، أو يكتبون بالصمت، ومن النادر نشر تعليقات أو انتقادات سلبية (Al-Saggaf, 2003). وقد عززت دراسة لاحقة من قبل السقاف (Al-Saggaf, 2012) هذه الحجة في اكتشاف أن لغة المحادثات تختلف بين منصة الـ Facebook حيث يكون الأشخاص متصلين في شبكة من خلال علاقات "الصدقة" عبر الإنترنت (وحيث تكون المحادثات أقل هجوماً)، ومنصة الـ YouTube حيث تكون لغة المستخدمين أكثر فظاظاً وإهانة.

قد توفر هذه النتائج مؤشراً على تأثير الطبيعة الشبكية لوسائل التواصل الاجتماعي، والتي تنطوي على ثقافة المتابعة والإعجاب ("Follow"/"Like") ذاتية التوجيه. تركز وسائل التواصل الاجتماعي على جمع أكبر عدد من المتابعين/الأصدقاء/الإعجابات بدلاً من النقد الموضوعي أو التفكير، وتتحوّل العلاقات عبر الإنترنت إلى هدف في حد ذاتها إلى الحد الذي تكون فيه قدرة المستخدم على إظهار الخلاف أو قبوله محدودة. في الوقت نفسه، فإن توفر ميزات "الحظر" و"كتم الصوت"، والتي تسمح للمستخدمين بمنع أي مستخدمين غير مكروهين من الرد عليهم (أو حتى عرض ملفاتهم الشخصية) في تطبيقات الوسائط الاجتماعية. وهذا يثير السؤال عما إذا كانت هذه الميزات تنشر ثقافة الغطرسة، وإنكار معارضة الآخرين أو حتى التطرف والأحادية في الرأي. وبالتالي فعلى الرغم من الطبيعة التفاعلية لوسائل التواصل الاجتماعي، فإن هذه الميزات يمكن أن تدعو إلى مواقف أقل تبادلية في الآراء بين الجمهور. ويدعم هذا فيلهلم (Wilhelm, 1999)، الذي وجد أن المنتديات عبر الإنترنت نادراً ما تدعو إلى حوار منطقي وواعي، ولكن بدلاً من ذلك يتم استخدامها للتعبير عن آراء شخصية مع القليل من الحجج المضادة (Kluver, 2002, p. 505).

يجادل كذلك ويليامز وزملاءه بأن وجود مجموعة مؤيدة في وسائل التواصل الاجتماعي هي بمثابة علامة للأعضاء لمعرفة أنهم يحملون وزناً في المجتمع (Williams, Martins, Consalvo, & Ivory, 2009, p. 820) في بعض الجماعات الراديكالية يمكن أن يتطور هذا الإحساس بالوزن في هذه المجموعات ذات التفكير المماثل إلى جو مشابه لجو "ثقافة العصابات" حيث يتم استخدام هذه المجموعات كنوع من مظاهر تأكيد الحياة على السلطة على مجموعات معارضة أخرى. هذا الشعور بالقوة يقوي شعور المستخدمين بالانتماء إلى المجموعة ويمكن أن يزيد من مقاومتهم للتغيير أو لتبادل وجهات النظر مع الآخرين وبالتالي يقلل من إمكانية التبادل الثقافي.

من نقطة أخرى يجادل وورشل (Worchel, 2005) بأن التفاعلات المتكررة مع المجموعات الثقافية الأخرى يمكن أن تمثل تهديداً لفرص "الاندماج"، مما يساهم في الخوف من فقدان ثقافة المرء - كما يمكن أن يكون هذا بدوره بمثابة أساس للصراع بين الثقافات (Worchel, 2005, p. 744). ويتزامن هذا الرأي مع حجة شيانغ (Chiang, 2010) أنه على الرغم من طبيعتها الليبرالية، يمكن لأفكار "التعددية" و"العالمية" 'pluralism' and 'cosmopolitanism' ضمن سياق ثقافة العولمة أن تخلق اختلافات عرقية تؤدي إلى العنصرية الجديدة neo-racism.

باستخدام نهج تجريبي تبحث الدراسة التي أجراها سريني فاسان (Srinivasan, 2006) في كيفية تخصيص المجتمعات الأصلية والعرقية التي تم فصلها عن روابطها الجغرافية لتكنولوجيا وسائل الإعلام لخدمة رؤاهم الثقافية والسياسية والاجتماعية الخاصة بهم. وفقاً لتنبؤات هابرماس (Habermas, 1998) السابقة، سيؤدي نمو الإنترنت والشبكات إلى نشوء وتوسع "وعي مجزأ". ويذكر أنه على الرغم من أن هذه الشبكات تزيد من إمكانية الاتصال وتبادل المعلومات، فإنها لا تؤدي في حد ذاتها إلى توسيع "عالم مشترك بين الذات" (كما تم نقاش ذلك في مبحث المعرفة أعلاه). علاوة على ذلك، يجادل هايبرماس بأن الجماهير التي تنتجها الإنترنت ستبقى "معزولة عن بعضها البعض مثل القرى العالمية" (Habermas, 1998, pp. 120-121).

من منظور آخر يجادل سنشتاين (Sunstein, 2001) بأن الإنترنت تسمح للجمهور بتجاوز التعبيرات المعتدلة والمتوازنة للآراء التي كانت محدودة في وسائل الإعلام التقليدية. ويرجع ذلك إلى حقيقة أن الإنترنت هو نظام اتصالات يتمتع فيه كل شخص بقوة غير محدودة للتصميم الفردي. فمثلاً، يقول "إذا أراد بعض الأشخاص مشاهدة الأخبار طوال الوقت، فسيكون لهم مطلق الحرية في فعل ذلك تماماً. إذا كانوا يكرهون الأخبار، ويريدون مشاهدة كرة القدم في الصباح والكوميديا في الليل، فسيكون ذلك متاحاً أيضاً. إذا كان الناس يهتمون بأمريكا فقط، ويريدون تجنب القضايا الدولية بالكامل، فسيكون ذلك بسيطاً جداً؛ كذلك أيضاً إذا كانوا يهتمون فقط بنيو يورك أو شيكاغو أو كاليفورنيا سيكون ذلك متاحاً بكل بساطة".

وفقاً لسنشتاين فإن الإنترنت يوفر بالنسبة للكثيرين أرض خصبة للتطرف الفكري radicalization لأن الأشخاص ذوي التفكير المماثل يتواصلون مع بعضهم البعض، دون أن يسمعوهم من الآخرين. يمكن أن يسقط هذا المنظور الضوء على تأثير وسائل

التواصل الاجتماعي كبديل لوسائل الإعلام - أي ما يفتقده الناس وليس ما يستهلكونه. قد تسمح بنية وطبيعة وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين العالقين في وجهات نظرهم بالبقاء مغلقين، مع الحفاظ على أطرهم من وجهات النظر المتشابهة، والتي يحتل أن تكون جذرية دون التعرض لوجهات نظر أخرى.

يؤكد كولفر (Kluver, 2002) كذلك على خطر طبيعة وسائل التواصل الاجتماعي التي تمكن الأفراد من الانغماس بشكل كامل فقط في المعلومات التي يكون لديهم فيها مصلحة شخصية وتجاوز الآخرين. على سبيل المثال، بسبب العملية الجسدية المتمثلة في قلب الصفحة، يحتاج قارئ الصحف العادي للوصول لمقالاته للمرور على موضوعات متنوعة من شأنها أن تساهم جزئياً على الأقل في فهمهم للقضايا السياسية أو الثقافية بينما، في حال البحث عبر الإنترنت، يتمتع القراء بالتحكم أكثر من أي وقت مضى في ما يتعرضون له، ويكونون محاطين بأشخاص مهتمين بنفس اهتماماتهم أكثر من أي وقت مضى (Kluver, 2002, p. 510).

تشير بعض الدراسات إلى أنه في بعض الحالات، تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في توفير فضاء عام Public sphere متنوع وتعددي، حيث تقدم مجموعة متنوعة من الأصوات والمواضيع التي تثير النقاش السياسي (Anthony and Thomas, 2010; van Zoonen et al., 2010 cited in: Uldam and Askanus, 2013, p. 1191). وهذا يقودنا إلى سؤال مثير للجدل، وهو ما إذا كان توافر المحادثات غير المنظمة وإمكانية الوصول إليها بين الناس من ثقافات مختلفة مع غياب الرقابة وإمكانية استخدام خطاب الكراهية والفظاظة يمكن أن يعمل ضد بناء علاقات جيدة بين الثقافات بين الأمم والثقافات؟ من خلال ملاحظة شخصية في مواقع التواصل الاجتماعي (مثل يوتيوب وتويتر وفيسبوك) يمكن القول أن هذا يمكن أن يحدث في بعض الحالات عندما يشارك أشخاص غير ناضجين في محادثة بين أشخاص من ثقافات أو دول مختلفة ويستخدمون خطاب الكراهية والعنصرية وغيره. يذكرنا المشهد بحو الحماسة والانفعال في معركة تدور أمام مدرسة عندما تبدأ الجماهير المحيطة في التشجيع وينتشر جو من العنف يجذب الجميع دون تفكير. لذا، هل يمكن لحرية المحادثات عبر وسائل التواصل الاجتماعي أن تعزز أو توقف الكراهية الخفية في وقت ما؟ هذا السؤال يحتاج بالتأكيد إلى الكثير من الدراسات التجريبية.

في ختام هذه الجزئية، يمكن القول أن التواصل في وسائل التواصل الاجتماعي يتم تصميمه وفقاً لرغبة الفرد. ليس فقط محتوى الرسالة هي من تصميم المستخدم ولكن أيضاً جمهوره المستهدف. المستخدمون في مجموعات وسائل التواصل الاجتماعي يتجمعون في مجموعات متشابهة التفكير ويستخدمون ميزات التصنيف والوسم Hashtag والإشارة و mention في شبكات المدونات الصغيرة Microblogging لنشر مشاركاتهم بين جماهير معينة ذات اهتمامات معينة مشابهة. قد تجعل طبيعة الشبكات الاجتماعية من الصعب على الرسالة الانتقال من محيط مجموعة من الأفراد الذين لديهم اهتمامات متماثلة إلى مجموعة أخرى ذات أفراد باهتمامات مغايرة، إذ غالباً ستتوقف الرسالة في طريق نشرها قبل أن تصل للمجموعات المختلفة، أو أنها ستصل ولكن بتعليقات وآراء تحمل توجهات تلك المجموعة وليست بوجهة نظر المجموعة الأولى (المصدر). وهذا عائق مهم للتبادل الثقافي حسب الإطار النظري لهذه الدراسة والذي يمثل التواصل والحوار مع أفراد من ثقافات أخرى مختلفة لفهم ثقافتهم من منظورهم الخاص.

علاوة على ذلك، فإن استخدام ميزات "الحظر" Block أو "الكتم" Mute يمكن المستخدمين بسهولة من تجنب قراءة التعليقات الواردة من الأشخاص الذين لا يحبونهم أو في بعض الأحيان، الذين لا يشاركونهم آراء مماثلة. علاوة على ذلك، فرغم كل الجهود المبذولة فإن غياب أو ضعف الرقابة في مواقع التواصل الاجتماعي يسمح بظهور خطاب الكراهية والعنصرية الذي قد يعمل ضد التعددية الثقافية. وهنا نكون أمام مفارقة كون الرقابة يمكن أن تضعف إمكانية التواصل، بينما غيابها كذلك يمكن أن يسمح بخطاب مضاد للتواصل بين الثقافات.

يمكن تأكيد ذلك من خلال اكتشاف أولدم واسكانيوس (Uldam and Askanius, 2013, p.1200) أن التعليقات على اليوتيوب تعيق ظهور الثقافات المدنية، لأن التعليقات غالباً ما تتميز بالعداء والكراهية ولا تدعو إلى الحوار. في نتائج الدراسة، كان الكلام الذي يحض على الكراهية سمة متكررة في التعليقات، فقد تم ترميز 20٪ من التعليقات على أنها مسيئة أو مؤذية abusive. يمكن أن يكون ذلك مدعوماً أيضاً بنتائج دراسة (Warren, Stoerger and Kelley, 2012) التي فحصت موقعاً على وسائل التواصل الاجتماعي على مدى سبع سنوات وتوصلت إلى أن الموقف العدواني والتحيز حسب الانتماء الجغرافي والعديد من أشكال التمييز على أساس العمر والجنس تتوفر في مواقع التواصل الاجتماعي.

بشكل عام، قد يختلف معارضو هذا الاتجاه مع هذه النظرية التي ترى بأن مواقع التواصل الاجتماعي مضادة للتبادل الثقافي، ولكن كل الحجج السابقة تثير سؤالاً أساسياً حول ما إذا كانت طبيعة وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تعزز التفكير أحادي الجانب والقطبية polarization، أو التطرف الفكري، وبالتالي لا تعيق التبادل الثقافي فقط بل ربما تؤدي للتناحر الثقافي. وهذا ما تنبأ به مارشال ماكلوهان Mcluhan من قبل عن الإنترنت والثورة الرقمية وأنها ستساهم في تشكيل أنواع جديدة من القبائل العالمية Retribalization حيث يجتمع الأشخاص المتشابهين في التفكير والاهتمامات في قبائل رقمية معزولة عن بعضها.

٣- دراسات ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي هي مرآة عاكسة للمجتمع

في هذه النظرية/المنظور يتم النظر لفضاء مواقع التواصل الاجتماعي كمتغيرٍ نسبي (Subjective) تابع للمتغيرات المجتمعية المستقلة. دراسة هوارد وآخرون (Howard, et al., 2011) ناقشت هذا من خلال معضلة علاقة السبب والنتيجة cause-effect بين وسائل التواصل الاجتماعي والمجتمع من خلال التأكيد على صعوبة تحديد ما إذا كانت المحادثات عبر الإنترنت تقود ظهور الاحتجاجات على أرض الواقع، أو ما إذا كانت الاحتجاجات هي التي تقود المحادثات عبر الإنترنت. أصحاب هذا الرأي يقللون من دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال، ويرون أن دورها مقصور في دعم العلاقات الموجودة مسبقاً (Boyd & Ellison, 2007)، فالجماهير فيها تتصرف فقط كجماهير متصلة بالشبكة networked publics وتستخدم التواصل الاجتماعي المتاح على سبيل المؤانسة وليس كبناء حقيقي للعلاقات وتبادل للمعرفة، تماماً كما يحصل مع الجماهير خارج هذه الوسائط والتي تتواصل في أماكن وظروف معينة كحفلة أو فعالية أو مباراة وتتواصل بشكل سطحي بسيط ومؤقت ثم تفترق مع انتهاء الحدث الذي جمعها، فالعلاقات لديها سطحية ومؤقتة.

دراسة لامب وآخرون (Lampe, Ellison, and Steinfield, 2006) دعمت هذا المنظور حيث وجدت أن مستخدمي الفيسبوك يقومون بعمليات البحث عن الأشخاص الذين يعرفونهم مسبقاً أكثر من تصفحهم لصفحات الغرباء عنهم تماماً عنهم (Boyd & Ellison, 2007, p.221). وفي دراسة أخرى وجد هيجانق وجاي شين (Hichang and Jae-Shin, 2008) (ورد في دراسة: Shuter, 2012, p.9) أن التعاون بين الطلاب الأمريكيين والصينيين في وسائل الإعلام الجديدة كان مقيداً بكونهم أعضاء في شبكات اجتماعية موجودة مسبقاً وبوجود قيم مشتركة بينهم. وتوصلوا إلى أن تواصل الطلاب بين الثقافات يتأثر بما إذا كان شركاؤهم الافتراضيون أعضاء في مجموعات معارفهم الداخلية ويشتركون معهم أساساً في القيم الثقافية المماثلة. وبالمثل تؤكد نتائج (Rosen, Lafontaine, & Hendrickson, 2011) تأثير العلاقات خارج الشبكات على الاتصال داخل الشبكات. حيث تؤكد نتائجهم أن مستخدمي شبكة CouchSurfing الاجتماعية الذين التقوا بأعضاء آخرين وجهاً لوجه هم الذين شعروا بإحساس أقوى بالانتماء إلى مجتمع المستخدمين، مقارنة بالأعضاء الذين تواصلوا عبر الإنترنت فقط.

تؤدي هذه الحجج بشكل مجتمعة إلى تكوين نظرة معتدلة لوسائل الإعلام الاجتماعية كوسيلة ذاتية عاكسة، تعكس العالم غير المتصل بالإنترنت، بحيث يجب النظر إليها من خلال الديناميكيات الاجتماعية والسياسية الكامنة في مجتمع معين وليس كمحرك مستقل للتغيير (Samin, 2012, p. 9). على سبيل المثال، يذكر دي ريدر أنه عند مناقشة وسائل التواصل الاجتماعي يجب أن نفرق بين المحتوى المادي و"خيارات التصميم" (De Ridder, 2015). تعتمد خيارات تصميم الشبكات الاجتماعية نفسها على المصممين، وبالتالي تعتمد عملية الوساطة لوسائل الإعلام الاجتماعية على المعايير الاجتماعية والثقافية، حيث يختار مصممو البرمجيات تصميمات وأدوات تعتمد أساساً على المعايير الاجتماعية والثقافية الموجودة (De Ridder, 2015, p. 359). وبالتالي تصبح مواقع التواصل جزء من حلقة تأثيرات مستمرة في المجتمع. بشكل عام، تقصر هذه النظرية دور وسائل الإعلام الاجتماعية داخل السياق الثقافي الأوسع، وتتصور وسائل الإعلام الاجتماعية أقرب للشارع العام الذي يرصد ما يحدث في المجتمع، يؤثر ويتأثر به كمجرد وسيلة تواصل لا أكثر، ويعكس صورة عن الوضع الثقافي بدلاً من قيادته.

٤- دراسات ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي هي مركبة مسرعة للتبادل

هناك رأي قريب من كون مواقع التواصل هي مرآة عاكسة للمجتمع، حيث يرى أصحابه بأنها تعكس ما يدور في المجتمع لكن ليس بشكل سلبي تماماً كالمرآة. إذ أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل كآلة تضخيم Amplifier أو مركبة vehicle لتسريع أي محاولة تبادل أو تغيير أو اتصال تحصل في المجتمع، وفي أي اتجاه، وبشكل أسرع وأقوى مما يحدث على أرض الواقع. فإذا كان هناك اتجاه انتعاش نحو التبادل الثقافي فإنها تسرع هذا الانفتاح وهذا التبادل الثقافي بشكل كبير، وإذا كانت هناك ميول للانعزال والانغلاق الثقافي والأحادية الفكرية والقطبية Polarization فإنها تستطيع أن تدعم ذلك بشكل أقوى وأكثر حدة.

حيث يمكن موقع وسائل التواصل الاجتماعي توفير مصادر المعلومات ونشرها، وكذلك نشر الرسائل العامة، كما يمكن أن تساعد الوسائط الإلكترونية كمقاطع الفيديو وغيرها في نشر وتوضيح الرسائل (Yeung, 2018)، وكذلك في التأثير والاستمالة

العاطفية للجمهور. كما أنها تتيح إمكانية جمع معلومات عن الجماهير وميولهم وسلوكياتهم، وكذلك متابعة ردود أفعالهم وآرائهم. كما أن هناك العديد من الأدوات التكنولوجية التي يمكن أن تسهل وتسرع أي خطاب أو رسالة: كإعادة التغريد Retweet، الرسائل الخاصة، الوسم Hashtag، الرسالة المباشرة mention، وغيرها (Guo & Saxton, 2014). هذه السمات يمكن أن تجعل مواقع التواصل الاجتماعي مركبة مسرعة ومسهلة لأي بواصر تواصل أو تبادل أو حوار وبالتالي التبادل الثقافي. فالتواصل الذي كان يحتاج لسنوات للانتشار والتأثير أصبح يجد مساحة أوسع لنقله لأطراف المجتمع ومختلف طبقاته وفئاته عبر شبكات التواصل الاجتماعي. لكن في نفس الوقت هذه الأدوات نفسها يمكن أن تستخدم كمثبطات للتبادل الثقافي وكبيئة مساعدة على تكون القبائل الرقمية التي تنبأ بها مارشال ماكلوهان في نظريته "القرية العالمية" The Global village. في هذا المنظور لا تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مجرد مرآة للوضع الثقافي ومستوى التبادل فيه، ولا تعتبر محفزة ولا مثبطة للتبادل الثقافي بذاتها، لكنها تحتوي على أدوات مسرعة ومسهلة للحراك في اتجاه التبادل الثقافي أو العزلة الثقافية، فهي تعمل كمضخم للوضع في اتجاه أكثر حدة وتضحماً في كلي الحالتين.

* الخلاصة

ختاماً، قامت هذه الورقة بإجراء مسح للدراسات السابقة التي تناولت دور مواقع التواصل في عملية التبادل الثقافي، وقامت بتصنيف تلك الدراسات إلى أربع أنماط رئيسية تقدم إجابات مختلفة على تساؤل البحث وبمبررات مختلفة. الورقة لا تقدم إجابة محددة، ولم تكن تخطط لذلك، ولكنها حققت هدفها بإجراء مسح منهجي للدراسات السابقة وتصنيفها.

تسد هذه الورقة فجوة كبيرة في الدراسات الإعلامية بتقديم مسح أدبي واسع لعدد كبير من الدراسات، مع تقديم تقسيم منهجي للأدبيات الحديثة حول علاقة مواقع التواصل بعملية التبادل الثقافي في سبيل تقديم صورة شاملة ومنظمة للباحثين عن طبيعة الدراسات والاتجاهات البحثية حول الموضوع واختلاف نتائجها ومرئياتها.

تكشف الورقة أنه من الصعب تحديد دور مواقع التواصل في التبادل الثقافي، فلا زال هناك حاجة إلى مزيد من الدراسات التجريبية التي تستكشف هذه البقعة من الاهتمام. فهناك حاجة إلى عملية بحث تطبيقي وطويل الأمد longitudinal research للتحقق مما إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون محفزة للتبادل الثقافي، أو مثبطة له أو مرآة تعكس فقط مستوى التبادل الثقافي في المجتمعات. أيضاً، وكما ذكر دي ريدر فهناك حاجة للبحث في مواقع التواصل الاجتماعي مع مراعاة "تعقيدات عمليات الوساطة" أو العوامل والمتغيرات المعترضة الكثيرة وأخذها بمحمل الجد والتركيز عليها، فهناك الكثير من العوامل المعقدة التي يمكن أن تدخل وتعرض في العلاقة، هذه المتغيرات المعترضة تشمل تنوع الثقافات والبلدان والظروف الاجتماعية والاقتصادية وغيرها (De Ridder, 2015, p.370). وقد أعربت كل من بويد وإليسون عن ذلك بالقول أنه "من الناحية المنهجية فإن قدرة

الباحثين في مجال مواقع التواصل على تقديم افتراضات بوجود علاقة "سببية" هي محدودة للغاية بسبب نقص الدراسات التجريبية أو الطولية" (Boyd and Ellison, 2007, p.224).

والحقيقة هي أنه على الرغم من التقدم الكبير في تقنيات الاتصال والتواصل، لا يزال فهم العلماء والباحثين لآثار هذه التقنيات -وعلاقتها بالتغيرات الثقافية على وجه الخصوص- محدوداً. ولا يزال هناك اختلاف كبير في نتائج الدراسات والنظريات المطروحة. ولاختبار مدى صحة الاتجاهات المختلفة للدراسات المطروحة في هذه الورقة ينبغي إجراء المزيد من الأبحاث النوعية والكمية، حيث ستساعد الدراسات التجريبية واسعة النطاق حول العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتبادل الثقافي على رفع قدرة العلماء على فهم العلاقة بينهما.

* References

- Alhuzami, N. (2020). Social Media and Interculturality: Promise, Threat or Mirror. *The International Journal of Humanities & Social Studies*, 8(7).
- Al-Saggaf, Y. (2003). *Online communities in Saudi Arabia: an ethnographic study* [Doctoral dissertation]. Charles Sturt University.
- Al-Saggaf, Y. (2006). The online public sphere in the Arab world: the war in Iraq on the Al Arabiya website. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(1), 311-334.
- Al-Saggaf, Y. (2012). Social media and political participation in Saudi Arabia: the case of the 2009 floods in Jeddah. In H. H. Strano M (Ed.), *Proceedings of the Cultural Attitudes Towards Technology and Communication* (pp. 1-15). Australia: Murdoch University.
- Bandura, A. (2003). Social cognitive theory for personal and social change by enabling media. In *Entertainment-education and social change*. Routledge.
- Baym, N. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Polity.
- Boyd, D. (2007). Why youth (heart) social network sites: the role of networked publics in teenage social life. In B. D., MacArthur Foundation Series on Digital Learning –Youth, Identity, and Digital Media (pp. 119-142). Cambridge: MA: MIT Press,.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Burgess, J. (2015). From 'broadcast yourself' to 'follow your interests': making over social media. *International Journal of Cultural Studies*, 18(3), 281-285.
- Carrigan, M. (2019). *Social media for academics*. SAGE Publications Limited.

- Chen, G. (2012). The impact of new media on intercultural communication in global context. *China Media Research*, 8(2), 1-10.
- Cheong P. and Gray K. (2011). Mediated intercultural dialectics: identity perceptions and performances in virtual worlds. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 265-271.
- Chiang, C. (2010). Diasporic theorizing paradigm on cultural identity. *Intercultural Communication Studies*, 19(1), 29-46.
- Dahlberg, L. (2001). The Internet and democratic discourse: Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication & Society*, 4(4), 615-633.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and Political Engagement*. Cambridge: Cambridge University Press.
- De Leeuw, S. & Rydin, I. (2007). Migrant children's digital stories: identity formation and self-representation through media production. *European Journal of Cultural Studies*, 10(4), 447-464.
- De Ridder, S. (2015). Are digital media institutions shaping youth's intimate stories? Strategies and tactics in the social networking site Netlog. *New Media & Society*, 17(3), 356-374.
- Debreceeni, J., & Hofmeister-Toth, A. (2018). Materialism among teenagers, the relationship between terminal values and social media use. *International journal of multidisciplinary in business and scienc*, 4(5), 5-12.
- Dumitrica, D. (2019). Facebook and cultural identity: Discourses on mediation among international students. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 15(3), 303-322.
- Ewijk, H. (2010). *European Social Policy and Social Work*. New York: Routledge.
- Gainous, J., Wagner, K., & Gray, T. (2016). Internet freedom and social media effects: democracy and citizen attitudes in Latin America. *Online information review*, 40(5).
- Gauntlett, D. (2011). *Making is Connecting*. London: Polity and Publishing House.
- Gross, R. and Acquisti, A. (2005). Information revelation and privacy in online social networks. In *Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the electronic society* (pp. 71-80).

- Gündüz, U. (2017). The effect of social media on identity construction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(5), 85.
- Guo, C., & Saxton, G. (2014). Tweeting social change: How social media are changing nonprofit advocacy. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 43(1), 57-79.
- Habermas, J. (1998). *Inclusion of the Other: Studies in Political Theory*. Cambridge: Polity and Publishing House.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding in Centre for Contemporary Cultural Studies . In *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972–1979* (pp. 128–138). London: Hutchinson.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage Publishing House.
- Howard, P., Duffy, A., Freelon, D., Hussain, M., Mari, W., & Mazaid, M. (2011). *Opening Closed Regimes: What Was the Role of Social Media During the Arab Spring? Project on Information Technology and Political Islam*. University of Washington.
- Jha, C. K., & Kodila-Tedika, O. (2020). Does social media promote democracy? Some empirical evidence. *Journal of Policy Modeling*, 42(2), 271-290.
- Jones, S. (1995). *Understanding Community in the Information Age*. California: Sage.
- Jozani, M., Ayaburi, E., Ko, M., & Choo, K. K. (2020). Privacy concerns and benefits of engagement with social media-enabled apps: A privacy calculus perspective. *Computers in Human Behavior*, 107.
- Jung, A. R. (2017). The influence of perceived ad relevance on social media advertising: An empirical examination of a mediating role of privacy concern. *Computers in Human Behavior*, 70, 303-309.
- Kaakinen, M., Sirola, A., Savolainen, I., & Oksanen, A. (2020). Shared identity and shared information in social media: development and validation of the identity bubble reinforcement scale. *Media Psychology*, 23(1), 25-51.
- Kennedy, H. (2006). Beyond anonymity, or future directions for internet identity research. *New Media and Society*, 8(6), 859-876.
- Kluver, A. (2002). The logic of new media in international affairs. *New Media & Society*, 4(4), 499-517.

- Kolapo, F. (2008). Immigrant academics and cultural challenges in a global environment. New York, USA: Cambria Press.
- Lamoreaux, M., & Morling, B. (2012). Outside the head and outside individualism-collectivism: further meta-analyses of cultural products. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 43(2), 299–327.
- Lampe, C., Ellison, N., and Steinfield, C. (2006). A Face (book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. The 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work, (pp. 167-170). NY, USA.
- McEwan, B., & Sobre-Denton, M. (2011). Virtual cosmopolitanism: constructing third cultures and transmitting social and cultural capital through social media. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 252-258.
- N., S. (2013). The online citizen: is social media changing citizens' beliefs about democratic values? *Political Behavior*, 3, 589-603.
- Naqvi, M. H., Jiang, Y., Miao, M., & Naqvi, M. (2020). The effect of social influence, trust, and entertainment value on social media use: Evidence from Pakistan. *Cogent Business & Management*, 7(1).
- Omenugha, K., & Adum, A. (2008). Nigeria's spiral of violence: can the media build a culture of peace. *Media Development*, 55(1), 50-55.
- Papacharissi, Z. (2001). The virtual sphere: the internet as a public sphere. *New Media and Society*, 4(1), 9-27.