

الثقافة البصرية ودورها في استعراض الموروث الشعبي دراسة على مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية

Visual culture and its role in reviewing the folklore, a study on social networking sites: an
analytical study

ا.م.د ولاء محمد محمود*

مقدمة:

تعتبر الثقافة البصرية هي المحرك الاول لجميع مواقع التواصل الاجتماعي اليوم فبعد ان كان بعض هذه المواقع لا تستخدم الصور او الفيديوها خلال موادها وجدنا ان العديد من وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media) حدث لها بعض التطورات المتلاحقة والتي طرأت على الإنترنت وصاحبها ظهور العديد من التكنولوجيات المتقدمة التي استخدمت الصور وبكثرة وعرضت مشكلات وموضوعات المجتمع بمختلف اشكاله بالصوت والصورة ليكون الاحساس مجسم وتقرب المسافات اكثر واكثر يوم بعد يوم. ويشير العديد من المختصين في علم الإنترنت بأن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل قفزة كبيرة للتواصل من خلال الانترنت وبطريقة تفاعلية أكبر من السابق بكثير وخاصة تلك الموضوعات التي تتناول الموروث الشعبي كنتاج لثقافة وماهية الشعوب والتي لا تظهر الا من خلال المشاركات والتفاعلات ورود الافلام جراء طرق التناول المختلفة، هذا بالإضافة الى التشارك بالمعلومات بين جميع مشتري الشبكة مع إمكانيات التفاعل المباشر والحر علي المواقع الاجتماعية وعند نهاية كل مقال أو خبر ، كما أتاح الفرصة للمتلقين بأن يصنعوا برامجهم الإذاعية أو التلفزيونية التي يحبونها ويتابعونها .

ويعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الفاعلة التي يُمكن استخدامها في التواصل المباشر، وتتيح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها إمكانية تطوير الذات وتوسيع المفاهيم وتنمية الإدراك، بالإضافة إلى اكتساب مهارات التواصل والحديث عبر تلك المواقع، وفهم طرق التعبير والكتابة الصحيحة، والتعرف إلى الآخرين بمختلف العادات والتقاليد والمعتقدات والفنون الادائية سواء الموسيقى والرقص بالإضافة للفنون الادبية القولية، وتوسيع الإدراك المعرفي والثقافي، وذلك للتأكيد على ماهية ودور الموروث الشعبي .
وتتنوع مواقع التواصل الاجتماعي ما بين الفيس بوك وتويتر والانستجرام وسناب شات وريديت وبينترست.

مشكلة البحث:

عدم وجود الية محددة تظهر تأثير الثقافة البصرية لدى رواد مواقع التواصل الاجتماعي، وكيف انه لا يوجد مواقع للتواصل الاجتماعي متخصصة بشكل كبير تعرض لموضوعات الموروث الشعبي بأكثر من طريقة، وذلك نظرا لما للأنترنت من اهمية في نشر الوعي الثقافي والتأثير على اكبر عدد ممكن من الناس في اقل وقت ممكن.

* أستاذ مساعد باكاديمية الفنون - رئيس قسم مناهج الفولكلور وتقنيات الحفظ

اهمية البحث:

تتمثل اهمية البحث في الدور الهام الذي تلعبه الثقافة البصرية للصورة في عرض موضوعات التواصل الاجتماعي ووكيف ان الصورة تحمل في طياتها اكثر من مفهوم واكثر من قراءة وتحليل خاصة الصورة التي تحمل ملامحها عرض لموضوعات الموروث الشعبي بمختلف اشكالها وانواعها.

اهداف البحث:

- ١- مفهوم الثقافة البصرية للصورة .
- ٢- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي واهميته وانواعه.
- ٣- كيفية عرض الصور والفيديوهات المعبرة عن الموروث على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٤- السلبيات والايجابيات للصور والفيديوهات المعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي.

منهج البحث: يتبع البحث المنهج التحليلي الذي يقف على موضوع الموروث الشعبي ويقوم بتحليل عناصره وعرضها على مواقع التواصل.

الدراسات السابقة:

١-بندر عبد العزيز قليل الحارثي: اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الموضوعات المجتمعية واتجاهاتهم نحوها - رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتليفزيون - القاهرة ٢٠١٤

تتحدث الرسالة عن مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن القضايا المجتمعية وكذلك قياس مدى فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي . وتتفق هذه الرسالة مع موضوع البحث في عرض مدى التأثير والتأثر الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي عبر الاجيال ولدى المجتمع وفي القضايا المجتمعية ويختلف مع موضوع البحث في ان البحث عبر عن المواقع التي تتناول الظواهر الفولكلورية وكيفية تناولها.

٢-دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتداول الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة سرت / ليبيا)

تعرض الرسالة كيفية ان وباء كورونا منذ بداية ظهوره حديث الساعة في مختلف وسائل الإعلام خاصةً وسائل التواصل الاجتماعي، وكيف تنوعت الشائعات والأخبار المضللة التي تم تداولها بين تلك العفوية التي تنم عن جهل وعدم دراية الأشخاص الذين يرددونها، وبين تلك التي كان يقصد بها المزاح أو التسلية، وبين الإشاعات المغرضة التي تساق لأهداف وأجندات غير معلومة؛ مما جعل الوضع يظهر أكثر تأزماً عما هو عليه في الواقع، هذه الشائعات والأخبار تنوعت بين معلومات عن أعراض المرض ومدى خطورته، ووسائل الوقاية منه، ووصفات العلاج والتداوي، ولهذا يتناول هذا البحث قضية انتشار الشائعات والأخبار المضللة على مواقع التواصل الاجتماعي في ظل انتشار جائحة كورونا، ويندرج البحث تحت المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت فيه استمارة الاستبيان الإلكترونية، والتي طبقت على عينة عشوائية بسيطة، وتتفق هذه الرسالة مع موضوع البحث في اظهار دور مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيره على

المجتمع وتختلف في ان لهذه الرسالة تدرس اظهار الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل الشائعات.

اولا: مفهوم الثقافة البصرية للصورة

عرف جون ديبز الثقافة البصرية بأنها: "مجموعة من الكفايات المرتبطة تختلف بحاسة البصر والتي يمكن تنميتها لدى المتعلم عن طريق خبرات تعتمد على الرؤية وتكاملها مع الحواس الأخرى وتعتبر عملية تنمية هذه الكفايات ضرورية للتعلم فعتد تنميتها تمكن الشخص المتعلم (المثقف بصريا) من ان يفهم ويفسر الأحداث والرموز والأشكال البصرية والأشياء التي يتعرض لها في البيئة التي يعيش فيها"

• وفي عام 1975 تم تعريف الثقافة البصرية على انها "القدرة على الفهم والتعبير عن انفسهم من خلال المواد البصرية لتمكينهم من ربط الصور المرئية بمعاني ما وراء هذه الصور"^١

• في عام 1980 تم تعريف الشخص المثقف بصريا على انه "القادر على الحصول على معنى مما يراه وقادر على توصيل المعنى للآخرين من خلال الصور التي ينتجها"^٢

• وفي عام 1982 تم تعريفها على انها " القدرة المتعلمة على ترجمة الرسائل البصرية بدقة و إنتاج مثل هذه الرسائل"^٣

الثقافة البصرية ايضا هي "القدرة علي فهم واستخدام الصور متضمنا القدرة علي التفكير و التعلم و التعبير عن النفس بصريا"

1986 Sinatra"الثقافة البصرية على انها "اعادة تشكيل الخبرات البصرية السابقة مع الرسائل البصرية الواردة للحصول على معنى مع التركيز على الاجراءات التي يتخذها المتعلم للتعرف عليها"

" 1993 Wileman الثقافة البصرية بأنها "القدرة على قراءة، تفسير وفهم المعلومات المعروضة في شكل صور أو رسوم تصويرية"

لثقافة البصرية هي القدرة علي قراءة وتفسير وفهم المعلومات المقدمة في الصور والأشكال البيانية، وهي ترتبط بالتفكير البصري والذي يعرف علي أنه القدرة علي تحويل المعلومات بجميع أشكالها إلي صور أو رسوم بيانية تساعد علي توصيل المعلومات.

جوانب الثقافة البصرية

التعلم البصري visual learning :

يشير الى تأثير البصريات في تحقيق اهداف تعليمية محددة أي التعلم من خلال الصور والوسائط البصرية المختلفة ويقوم التعلم البصري على فكرة أن استخدام المواد البصرية يجعل الأفكار المجردة التي يتم تدريسها محسوسة بدرجة اكبر . يتضمن الاستخدام المدرسي للأفلام والصور الثابتة والخرائط الحائطية والأشياء الحقيقية، وهو اسلوب تعلم الافكار، المفاهيم، البيانات، والمعلومات الاخرى مقترنة بالصور والتقنيات .

الاتصال البصري visual communication :

اكتشف فكرة ان الرسالة البصرية لها تأثير اكثر قوة لأخبار وتعليم واقناع الفرد لذا يتم عرض الرسالة في صورة بصرية

التفكير البصري visual thinking :

عرفه كيم بأنه تفاعل بين الرؤية والتخيل ويستلزم التفكير البصري تكوين صور ذهنية ينتجها الفرد وهو ما يعرف بالتخيل البصري او التصور البصري

التعلم البصري



مفهوم الثقافة:

تُعرف الثقافة على أنها مجموعة من المعتقدات والمواقف والسلوكيات المشتركة بين جميع أعضاء مجموعة محددة والتي غالباً ما يصعب تغييرها. وقد تكون المجموعة مجتمعاً أو عرقاً أو فئة عمرية معينة أو منظمة. كما تحكم الثقافة تفضيلات الناس وأذواقهم، وبالتالي تلعب دوراً رئيسياً في عملية التسويق. ولقد شاع استعمال كلمة الثقافة بدءاً من منتصف القرن التاسع عشر بمعنى تلك القدرة الإنسانية الشاملة على التعلّم ونقل المعارف واستخدامها في الحياة. وأصبح مفهوم الثقافة من المفهومات المركزية التي تعالجها الأنثروبولوجيا في القرن العشرين، ويشمل كل ظواهر حياة الإنسان. ومن أقدم التعريفات وأشدها رسوخاً وثباتاً كان التعريف الذي قدمه إدوارد بورنث تابلور في بداية كتابه "الثقافة البدائية" الصادر عام ١٨٧١ حيث عرّف الثقافة بأنها "تلك الوحدة الكلية المعقدة التي تشمل المعرفة والإيمان والفن والأخلاق والقانون والعادات، بالإضافة إلى أي قدرات وعادات أخرى يكتسبها الإنسان بصفته عضواً في مجتمع". ومع التقدم الحاصل في علم الأنثروبولوجيا، قدم علماء آخرون تعريفاتهم الخاصة والمتعددة لمفهوم الثقافة، وأثبت عالما الأنثروبولوجيا الأميركيان أ. ل. كروبر وكلايد كلوك في كتابهما المعنون "الثقافة: مراجعة نقدية للمفاهيم والتعريفات" تعريفاً يتراوح بين "السلوك المثقف" إلى "الأفكار في العقل"، إلى "التركيب المنطقي" الخ. إلا أن التعريف المفضل عند هاذين العالمين هو أن الثقافة "عملية تجريدية"، أي "تجريد مستخلص من السلوك" ولكنها ليست سلوكاً.

الثقافة الرقمية:

هي مصطلح يوضح آلية عمل تكنولوجيا المعلومات والإنترنت في تشكيل الطريقة التي يتفاعل بها البشر مع هذه التكنولوجيا واستخدامها في حياتهم العملية والشخصية. إذ تشمل الثقافة الرقمية الطرق والتقنيات والوسائط الجديدة التي يمكن استخدامها لأداء المهام المطلوبة. الثقافة الرقمية هي أيضاً مصطلح يشير إلى التغيرات الثقافية التي ينتجها تطوير ونشر التكنولوجيا الرقمية وخاصة الإنترنت وشبكة الويب. ويرتكز مضمون ومفهوم الثقافة الرقمية على بناء منهجية للتفكير من خلال دمج عناصر من عدة حقول ثقافية منفصلة سابقاً، والعمل مع الآخر حتى لو كان بعيداً، وقد شاع مصطلح "الثقافة الرقمية" خلال الفترة الأخيرة، في إشارة إلى معطيات ثقافية جديدة من جراء استخدام التكنولوجيا الالكترونية الجديدة، وما نتج عنها من هوة فاصلة بين الدول المتقدمة والدول الفقيرة التي تعرف بـ "الفجوة الثقافية". الثقافة الرقمية لم تعد تقتصر على سن أو جنس أو عرق أو بلد معين، الجميع انغمس في بحورها وراح ينهل من محتوياتها ويطلع عليها بنهم كبير، فهناك من فعل هذا بحذر وحيطة، وهناك من قام بالأخذ الكلي منها دون تصفية أو تمحيص.

وتعرف الثقافة الرقمية بأنها معطيات جديدة يفرضها عالم التطور العلمي والحضاري، فقد وُحِدَت هذه الثقافة

شعوب العالم وجعلتها تتوق إلى تشكيل معرفة واسعة، وأصبح يطلق على هذا المجتمع الموحد تسميات مختلفة، منها مجتمع المعرفة ومجتمع المعلومات، حيث أصبحت المعرفة أهم مصادر التنمية، وإنتاج المعرفة أهم مصادر الدخل القومي، حيث تُوفر كما هائلا من المعلومات مع توظيفها لصالح المجتمع. والثقافة الرقمية تعرف أيضا بأنها: "امتلاك المهارات والمقدرات للمشاركة في اقتصاد رقمي وبخاصة المقدرة على استخدام وفهم وتفسير الاتصالات الرقمية".

المعرفة الرقمية وتعرفها على أنها: "المقدرة على الوصول والتحليل والتقييم والمشاركة مع النماذج الرقمية لوسائل الاعلام".

الثقافة الإعلامية الرقمية تعرف "بانها الثقافة الرقمية وهي الحاجة لقراءة وكتابة معلومات سمعية بصرية لا النصوص المختلفة. إنها المقدرة على استخدام إعلام متعدد والقدرة على استيعاب المعلومات التي يتم تلقيها. إلا أن المقدرة على فهم المعلومات ليست كافية، إنها المقدرة على تداول وتناول هذه المعلومات بشكل حريص ودقيق. والاستفسار والتحليل والتقييم كلها ضرورية وأساسية". وترى الجابر أن ما يلزم ترويج الثقافة الإعلامية الرقمية هو احتواء محتوى عربي بشكل أكبر، وتضيف: "لا يمكن أن نكون ناجحين بشكل كامل في زيادة المحتوى الرقمي إلا إن قمنا بزيادة مقدار المحتوى العربي على شبكة الإنترنت". والجدير بالذكر أن الكثير من المحتوى على شبكة الإنترنت هو إعلامي رقمي موجه للشباب ولكنه ليس باللغة العربية. ماذا تعني الثقافة الرقمية؟ تعني عملية تدريس وتعليم ما يتعلق بالتكنولوجيا واستخدامها وكيفية عملها بهدف الاستفادة منها بأكثر من طريقة ملائمة: التعلم والتمكين من التكنولوجيا قبل استخدامها. التحقق من دقة وصحة المعلومات وتقييم المصادر المختلفة في الشبكة العنكبوتية. مشاركة المعلومات الصحيحة في مواقع التواصل الاجتماعي. كشف وتطوير أماط التعلم على الشبكة العنكبوتية والتعلم عن بعد.

توظيف المعلمون للتكنولوجيا بطرق جديدة ومبتكرة لتحفيز تعلم الطلاب وتنمية مهارات القرن الحادي والعشرين. توفير محتوى رقمي دقيق ذو صلة بمجالات تعليمية متنوعة. فوائد الثقافة الرقمية مكنت الأشخاص من التواصل مع بعضهم البعض عبر الرسائل النصية أو المكالمات الصوتية أو مكالمات الفيديو أو تبادل الوسائط المتعددة، كما ساعدت على تسهيل إجراء اجتماعات العمل والتعلم عن بُعد، وذلك بفضل تقنيات المؤتمرات الافتراضية والكتب الرقمية وما إلى ذلك. ساعدت الأشخاص على تبادل الكثير من المعلومات بسرعة عالية فيما بينهم، من أي مكان في العالم.

ساعدت على أداء الأنشطة والأعمال بسرعة وبجودة عالية. أهمية الثقافة الرقمية للشركات إلغاء العمل وفقاً للتسلسل الهرمي، إذ يساعد ذلك على تسريع العمل والسماح للموظفين بإصدار أحكامهم الخاصة، ومُكّنهم من اتخاذ قراراتهم بسرعة وفي الوقت المناسب.

تشجع المؤسسات على غرس مفهوم الإبداع والابتكار داخل مكان العمل وتحفيز الموظفين على تجربة أشياء جديدة وغير مألوفة بالنسبة لهم. تساعد الشركات على جذب أفضل المواهب والاحتفاظ بموظفيها الحاليين، وذلك لأن الثقافة الرقمية تعمل على خلق بيئة عمل تعاونية ومستقلة. تعد الثقافة الرقمية القوية ميزة تنافسية للشركة، إذ أن إدخال وسائل التكنولوجيا الحديثة إلى بيئة العمل يساعدها على الاستمرار والاستدامة في سوق العمل والمنافسة بقوة مع

الشركات المحيطة بها. الثقافة الرقمية والمتقنون فيما يدعو المفكر العربي حسن حنفي إلى توظيف جوهر "العولمة" و"المعلوماتية" للكشف عن الماضي بشقيه التراثي والتاريخي، بل يعده مطلباً ثورياً في وجداننا المعاصر. فإن الكاتب والناقد السوري كمال أبو ديب له رؤيته في كون "الحدث" بكل معطياتها ودلالاتها، حيث يتسع نطاقها إلى الأدب والفن والتكنولوجيا، لا تاريخية وأن مكوناتها لا زمانية.^٤

ثانياً: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي وأهميته وأنواعه.

تعريف وسائل التواصل الاجتماعي:

وسائل أو وسائل التواصل الاجتماعي أو الإعلام الاجتماعي (Social Media) أحدث التطورات التي طرأت على الإنترنت والتي صاحبها ظهور العديد من تكنولوجيات ويب 2.0. بشكل عام يشير العديد من المختصين في علم الإنترنت بأن الإعلام الاجتماعي يمثل قفزة كبيرة للتواصل من خلال الشبكة العنكبوتية بشكل تفاعلي أكبر من السابق بكثير عندما كان التواصل محدوداً بمشاركة كميات قليلة جداً من المعلومات وسيطرة أكبر من مديري البيانات.

كما أتاح الإعلام الاجتماعي فرصاً عديدة منها التشارك بالمعلومات بين جميع مستخدمي الشبكة مع إمكانيات التفاعل المباشر والحر على المواقع الاجتماعية وعند نهاية كل مقال أو خبر، كما أتاح الفرصة للمتلقين بأن يصنعوا برامجهم الإذاعية أو التلفزيونية التي يحبونها ويتابعونها وذلك بطرح مقترحات لمعد البرنامج، أو المشاركة بطرح أسئلة للضيف الذي ستتم استضافته بالبرنامج، كل هذا وما صنعه الإعلام الاجتماعي مع الثورات التي اجتاحت منطقة الشرق الأوسط والاحتجاجات التي عمت العديد من الدول الأوروبية وأمريكا يعتبر إضافة جديدة إذ صنعت هذه الأحداث ما يسمى بالمواطن الصحفي، فصار الشخص الذي يعيش الأحداث أن يصورها أو يكتب عنها ويرسل ما يصور أو يكتب إلى وسائل الإعلام المتلهفة للأخبار من مناطق لم يستطع مراسلو تلك الوسائل من دخولها إما بسبب النظام الحاكم لخوفه من معرفة العالم بما يحدث أو لصعوبة الوصول للحدث الذي قد يتعدى وقته دقائق فقط فما كان من الممكن نقله للعالم إلا من خلال الذين عايشوه ووثقوه.

يشير مصطلح وسائل الإعلام الاجتماعية إلى استخدام تكنولوجيات الإنترنت والتقنيات المتنقلة (الجوال) لتحويل الاتصالات إلى حوار تفاعلي. عرّف أندرياس كابلان ومايكل هانلين وسائل الإعلام الاجتماعية بأنها "مجموعة من تطبيقات الإنترنت التي تبني على أسس أيديولوجية وتكنولوجية من الويب ٢، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشئه المستخدمون." وسائل الإعلام الاجتماعية هي وسائل إعلام للتواصل الاجتماعي كمجموعة شاملة وراء التواصل الاجتماعي. غيرت وسائل الإعلام الاجتماعية طريقة تواصل المنظمات.

أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

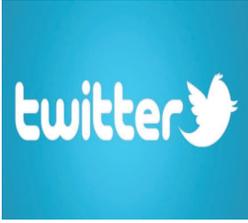
نتيجة لانتشار العديد من المواقع الخاصة بالتواصل الاجتماعي فإنه هناك صعوبة في حصر جميع المواقع الخاصة بذلك النشاط- التواصل الاجتماعي- إلا أنه بالرغم من تعدد تلك المواقع يظل هناك بعض المواقع تعد هي الأبرز في هذا المجال ألا وهي:

١- الفيس بوك:



هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، يسمح للمستخدمين به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع وتكوين روابط و صداقات جيدة من خلاله، كما يسمح للأشخاص الطبيعيين بصفتهم الحقيقية أو الأشخاص الاعتباريين كالشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح آفاق جديدة للتعريف المجتمع بهويتهم.

٢- تويتر:



هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت بشكل كبير في بعض الأحداث السياسية الهامة التي جرت في الفترة الأخيرة في العديد من البلدان سواء كانت البلدان العربية أم الأجنبية، فهو موقع مخصص لإرسال تغريدات صغيرة كان لها شديد الأثر في الأحداث التي جرت على الساحة في الآونة الأخيرة. يصل حجم الرسائل النصية الصغيرة التي يرسلها برنامج تويتر إلى ١٤٠ حرفاً للرسالة الواحدة.

٣- اليوتيوب:



على الرغم من اختلاف بعض الآراء حول كون اليوتيوب موقع للتواصل الاجتماعي أم موقع لرفع ملفات الفيديو، إلا أن هناك رأي يقول بأنه موقع يجمع بين النشاطين وهو ما يميزه عن غيره وذلك نتيجة للضغط الهائل على مشاهدة الفيديوهات التي تنشر من خلاله وهو ما يدفع بعض المستخدمين للمشاركة بإدلاء آراءهم ووضع تعليقات على الفيديو المنشور وهو ما يفتح مجال للتواصل الاجتماعي مع غيرهم من متابعي نفس الفيديو.

٤- السناب شات:



تطبيق تواصل اجتماعي لتسجيل وبث ومشاركة الرسائل المصورة وضعها إيفان شبيغل وبوبي ميرفي، ثم طالبة جامعة ستانفورد. عن طريق التطبيق، يمكن للمستخدمين التقاط الصور، وتسجيل الفيديوهات، وإضافة نص ورسومات، وإرسالها إلى قائمة التحكم من المتلقين. ومن المعروف أن هذه الصور ومقاطع الفيديو المرسله على أنها «لقطات».

٥- الانستجرام:

هو خدمة شبكة اجتماعية أمريكية وتستخدم لمشاركة الصور والفيديوهات مملوكة من قبل شركة ميتا، انشأت من قبل كيفن سيستروم، ومايك كرايغر، أطلقت لأول مرة لأنظمة آي أو إس في أكتوبر ٢٠١٠.



يُعرّف الإنستغرام بأنه أحد منصات التواصل الاجتماعي التي تُعنى بتحرير ورفع الصور ومقاطع الفيديو من خلال منشورات يتم نشرها عبر حساب المُستخدم على هذه المنصة، كما يسمح الإنستغرام بمُشاركة تلك الصور ومقاطع الفيديو بسهولة عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى كالفيسبوك وتويتر.

مكن استخدام تطبيق الإنستغرام بشكل مجاني عبر الهواتف المحمولة التي تعمل بأي من نظامي تشغيل أندرويد أو (iOS)، ويُتيح التطبيق لمُستخدميه إمكانية مشاركة الصور ومقاطع الفيديو مع المُستخدمين الآخرين للتطبيق، كما يُمكن من خلاله التعليق على المُشاركات المُختلفة للمُستخدمين وإبداء الإعجاب بها، ويُسمح للأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن ١٣ عام استخدام هذا التطبيق عبر هواتفهم من خلال تحميله والتسجيل كمستخدم جديد.

اهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

•إكساب المعرفة والخبرات

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي واحدة من أبرز الوسائل التي يُمكن من خلالها الاطلاع على المعلومات الحديثة والمختلفة وإكساب المهارات والخبرات للمستخدمين إما عن طريق البحث أو ظهورها أمامهم بمحض الصدفة أثناء تصفح نوافذها المختلفة، كما تُقدم مواقع التواصل لمستخدميها إمكانية الاطلاع على اهتمامات المستخدمين الآخرين النشطين على هذه المواقع.

•تطوير الذات للمستخدمين

تُتيح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها إمكانية تطوير الذات وتوسيع المفاهيم وتنمية الإدراك، بالإضافة إلى اكتساب مهارات التواصل والحديث عبر تلك المواقع، وفهم طرق التعبير والكتابة الصحيحة، والتعرف إلى الآخرين بمختلف العادات والتقاليد والأجناس، وتوسيع الإدراك المعرفي والثقافي، كما يُمكن للمستخدمين الاشتراك في مجموعات هادفة كمجموعات تعليم اللغات أو الموسيقى وما إلى ذلك، وهو نوع من تطوير الذات، ولكن من المهم اختيار المجموعة حسب ميولنا وليس لأي اعتبارات أخرى.

تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي لها العديد من الآثار سواء كانت سلبية أم إيجابية. وفيما يلي توضيح لبعض التأثيرات الإيجابية والإيجابية لها:

أولاً: التأثيرات الإيجابية:

١.تقريب المسافات بين القارات: فتعد مواقع التواصل الاجتماعي طفرة تكنولوجية نتج عنها إمكانية مشاهدة الأقارب والأهل كما يمكن عن طريقها إجراء اجتماعات خاصة بالعمل وإنجاز العديد من المهام التي كان يصعب إنجازها فيما قبل .

٢. اكتساب الخبرات وتكوين الصداقات: استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي تقديم كل ما يحتاجه المرء من إمكانيات وأدوات لاكتساب الخبرات من جميع أنحاء العالم كما مكنت الأفراد من تكوين صداقات على مستوى العالم.
٣. مد أواصر الصداقة بين الأصدقاء القدامى: في حين ظن الأشخاص أن صلتهم قد انقطعت عن أصدقائهم القدامى قدمت مواقع التواصل الاجتماعي يدها للتدخل بشكل قوي وتعيد تلك الصداقات القديمة إلى الحياة مرة أخرى فهي تساعدك على استرجاع الصداقات القديمة التي كنت تظنها قد انتهت .

ثانيًا: التأثير السلبية:

- ١- ضعف العلاقات الأسرية والعزلة النسبية للأسرة:
أصبحت الأسرة العربية تشهد ضعفا وتخلخلا في تركيبها وأصبح الطابع الفردي هو السائد بين أفرادها وأصبح هناك انخفاض في التفاعل بين أفراد الأسرة وزيادة العلاقة سوءاً بين الزوجين وبين الأبناء وبين الآباء وذلك بسبب الجلوس أمام التلفاز وألعاب الكمبيوتر لفترات طويلة ناهيك عما تبثه تلك الوسائل من أفكار هدامة تنعكس بالسلب على سلوك الفرد داخل أسرته سواء كان زوج أو أب أو أم أو ابن وهذا ما وصل إليه بالفعل حال الأسر العربية التي انغمست بشدة في استخدام تلك الوسائل.
- ٢- التباعد بين الزوجين في مناقشة الأمور الأسرية:
أصبحت السممة السائدة بين الأزواج داخل الأسرة العربية هو انشغال كل منهم بجهازه الخاص سواء كان جهاز تليفون محمول أو كمبيوتر أو متابعة الأفلام الخاصة به مما أدى إلى حدوث فجوة كبيرة بين الزوجين فكل منهما مشغول بعالمه الخاص والذي لا يجد فيه وقت لمناقشة المشكلات الخاصة بالأسرة والأبناء وهو ما أدى إلى حدوث تفكك أسري وعدم دراية كل منهما بما يهدد الأسرة من أخطار لعدم وجود الوقت الكافي لمناقشتها وحلها.
- ٣- شيوع ثقافة الاستهلاك داخل الأسر وخاصة بين الشباب:
من الآثار السلبية المترتبة على انتشار استخدام وسائل الاتصال الحديثة شيوع ثقافة الاستهلاك والتطلع إلى ما يفوق قدرات الأسرة المالية فكل فرد يريد أن يحدث جهاز التليفون المحمول الخاص به بما لمجرد الحصول على جهاز آخر متطور ذو إمكانيات أعلى للبقاء دائماً على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما تنهافت للوصول إليه كبرى شركات المحمول والتي تعمل على إغراق السوق كل فترة بأجهزة جديدة ذات تقنيات عالية ليقوم المستهلك بمحاولة التحديث وهو ما يرهق ميزانية الأسرة العربية وبالتالي تقع المشكلات الاقتصادية والتي قد تؤدي في النهاية بالأسرة بكاملها.

ثالثًا: عرض الصور والفيديوهات داخل مواقع التواصل الاجتماعي



لا يستطيع احد الان انكار ما الدور الذي تقوم الصور بتصديره وإبرازه داخل كافة انواع التواصل الاجتماعي، فالمعلومة المصورة تعبر وتعرض المعنى بأساليب وطرق مختلفة ومصادقية ليس لها مثيل فما لا يصدق عند عرض فيديو او صورة له يكون انطباع واقعي يعبر عن المعزى منه، فالصور والفيديوهات تروي قصصاً تعجز الكلمات عن شرحها في بعض الأحيان، كما قد تسكن ذاكرة المشاهدين أسرع من نصوص مطولة، ولا يقتصر ذلك على الصور الفوتوغرافية، بل يمتد إلى الخرائط والرسوم البيانية، والكاريكاتير، وحتى اللوحات الخطية.

وفي عالم الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، تحظى الصور ومقاطع الفيديو بإقبال كبير، وفي موقع «فيس بوك» على سبيل المثال، يشارك مستخدموه ٣٠٠ مليون صورة يومياً، كما تنال الصور القدر الأكبر من التفاعل والإعجابات، وتحظى بفرص أفضل للظهور ضمن «خلاصات الأخبار»^١.

وتستخدم الصور في العديد من الاستخدامات وتلعب العديد من الادوار مثل:

- ١- استخدام الصور أداة لتسجيل الماضي، والاحتفاظ بلقطات منه.
- ٢- وسيلة لنقل الأحداث مباشرةً، لكن في مواقع الإعلام الاجتماعي، تقترب الصور، ومن ثم الفيديو، يوماً بعد آخر من أن تُشكّل لغة عالمية للتواصل بين الناس على الإنترنت، وعبر الهواتف الذكية، لا توجد لها أبجدية أو قواعد للنحو، ولا تحتاج إلى ترجمة، ويمكن لشخصين لا يتحدث أيّ منهما لغة الآخر، التواصل من خلالها.
- ٣- وسيلة لنقل الثقافات بين الشعوب.
- ٤- وسيلة للحفاظ على التراث من النسب للغير.
- ٥- وسيلة لحماية الموضوعات التراثية والموروث الشعبية من الاندثار.
- ٦- طريقة ملهمة وفعالة لمحاولة عدم نسب التراث للغير او تحرفه او تشويهه.

وبدلاً من أن يضطر الشخص الى كتابة رسالة نصية يشرح فيها ما يفعله، فإنه يكفيه الآن التقاط صورة معبرة عما يفعله ونشرها عبر أي من وسائل التواصل الاجتماعي فأصبحت الصور عبر وسائل التواصل الاجتماعي هي الطريقة المثلى للتعبير عن الافراح والاحزان والانفعالات كحالات الغضب والاحتجاج ونبذ العنف ومقاومة الفساد وفضح المخالفين والتشهير بأصحاب النفوذ المؤذية والمزعجة.

ويؤثر هذا التحول الذي تمر به مواقع الإعلام الاجتماعي، من حيث التركيز على الصور، في مستقبلها والخدمات التي يتوجب عليها تقديمها، كما سيمتد أثره إلى طرق التواصل والثقافة العامة. وبالتالي، فإنه لا يبدو غريباً أن تستثمر أكبر شركات الإنترنت مليارات الدولارات لتقديم نفسها إلى المستخدمين كأفضل منصة يمكنهم من خلالها إرسال تسجيلاتهم المصورة، ومن بينها «ياهو» بموقع «فلكر»، و«تويتر»، و«فيس بوك» التي استحوذت في عام ٢٠١٢ على تطبيق «إنستغرام» لمشاركة الصور مقابل مليار دولار.

وتجتهد جميعها لتقديم خدمات تُكافئ إقبال المستخدمين المتزايد على نشر ومشاركة الصور بما يتجاوز بناء مواقع ثابتة تعرض مجموعات الصور والفيديو، ومن دون ذلك يتهددها خطر التأخر وسط محيط إنترنت سريع النمو والتغير. ومن أحدث التحولات في طريقة استخدامنا للصور، تطبيق «سناب تشات» للهواتف الذكية بنظامي «أي أو إس» و«أندرويد»، الذي يتيح للمستخدمين إرسال صور أو مقاطع فيديو، مع التحكم في مدة بقائها بحد أقصى ١٠ ثوانٍ،

وبعدها تختفي تماماً من هاتف المرسل والمستقبل، ولا تمكن استعادتها ثانية. ويرى روبين كيلسي في ذلك دليلاً واضحاً على استخدام الصور لغة للتواصل، قائلاً: «لديك الآن صور ليس لها أي حياة ممكنة في ما بعد، وببساطة هي وسيلة للتواصل».

ونجد أن استخدام الإنسان للصور للتعبير عن أفكاره وتسجيل أحداث حياته ليس جديداً، فمنذ البداية سجل الإنسان بنقوشه على جدران الكهوف صوراً للحيوانات وعملية الصيد، ومنها كهف «لاسكو» في فرنسا الذي ترجع نقوشه إلى العصر الحجري القديم قبل نحو ١٥ ألف سنة قبل الميلاد. لكن الفارق بين جدران الكهوف وتطبيق «سناب تشات» الذي يحذف الصور خلال ثوانٍ قليلة، أن الأولى لم تحظْ بفرصة للانتشار بين ملايين المستخدمين في فترة وجيزة، كما هو الحال الآن.

ويشهد تطبيق «سناب تشات» نمواً متسارعاً، وبحسب أحد مؤسسيه والرئيس التنفيذي للشركة، إيفان سبيجل، فإن مستخدمي التطبيق يرسلون ٢٠٠ مليون صورة يومياً مقارنة مع ٥٠ مليون صورة في ديسمبر ٢٠١٢. وربما يُفسّر أحد أسباب نجاح التطبيق بتلبيته حاجة المستخدمين إلى التواصل بعفوية دون الخوف من احتفاظ الآخرين بالصور وتهديدها بأي شكل لعلاقتهم الشخصية أو وظائفهم.

وينسحب هذا النجاح على القيمة المالية للشركة التي أسسها سبيجل مع شريكه بوبي مورفي، وتلقت الشركة الشهر الماضي استثماراً جديداً بقيمة ٦٠ مليون دولار، في وقت تُقدر فيه قيمة «سناب تشات» بمبلغ ٨٦٠ مليون دولار. كما كشف تطبيق «إنستاغرام» في يونيو ٢٠١٣ عن وصول عدد مستخدميه إلى ١٣٠ مليون مستخدم نشط شهرياً، يُشاركون في كل يوم ٤٥ مليون صورة، فيما وصل عدد الصور منذ إنطلاقه قبل أقل من ثلاثة أعوام إلى ١٦ مليار صورة. واستخدام الفيديو عنصراً رائجاً في عالم الإنترنت. وبعيداً عن موقع «يوتيوب» لنشر مقاطع الفيديو، يُقبل المستخدمون على خدمات مشاركة المقاطع القصيرة، ربما لأنها أبسط في الاستخدام، وأقرب إلى طبيعة التواصل السريع. ومنها تطبيق «فاين» من «تويت» الذي انطلق مطلع العام الجاري، ويتيح مشاركة مقاطع فيديو لا تزيد مدتها على ست ثوان، لكنه لم يلبث أن واجه منافسة كبيرة بعد إعلان «إنستاغرام» قبل أقل من شهر عن إتاحتها لمشاركة مقاطع فيديو في حدود ١٥ ثانية، واستخدام مُرشحات لتحسينها. وبعد يوم واحد فقط نشر مستخدموه خمسة ملايين مقطع قصير. وحتى في موقع متعدد الاستخدامات، ولا يقتصر على الصور، مثل «فيس بوك»، وصل عدد الصور التي شاركها المستخدمون خلال عام واحد إلى ١٠٠ مليار صورة، كما أطلق الشهر الماضي ميزة التعليقات المصورة، بما يسمح للمستخدمين بالرد على مختلف أشكال التحديثات بالصور. ولا يقتصر الإقبال على هذه الخدمات على الولايات المتحدة، إذ يأتي أكثر من نصف مستخدمي «إنستاغرام» من خارج أمريكا الشمالية، كما يُقبل مستخدمو الإنترنت عموماً على المواقع الاجتماعية، ويزور أكثر من ٦٣٪ منهم أحد مواقع الإعلام الاجتماعي مرة واحدة على الأقل كل شهر. وبعيداً عن الشبكات الاجتماعية، تنال الصور حصة من الرسائل التي يتبادلها المستخدمون عبر تطبيقات المراسلة الفورية، على غرار «واتس اب» الذي يتيح إرسال النصوص والصور والفيديو والملفات الصوتية، ويستخدمه ما يزيد على ٢٥٠ مليون مستخدم نشط شهرياً، ويعالج أكثر من ٢٧ مليار رسالة كل يوم.

ويبدو أن التحول باتجاه الاعتماد على الصور يسحب من حصة الرسائل النصية القصيرة «إس إم إس». ووفقاً لتقرير لجمعية الصناعة للاتصالات المحمولة «سي تي أي إيه»، تراجع عدد الرسائل القصيرة في الولايات المتحدة إلى 2.19 تريليون

رسالة في عام 2012، وهو ما يقل بنسبة 4.9% عن العام السابق. وفي المقابل تصاعد استخدام رسائل الوسائط المتعددة للهواتف المحمولة «إم إم إس» بنسبة 41% لتصل إلى 74.5 مليار رسالة. وينظر البعض إلى شيوع استخدام الصور باعتبارها طريقة سطحية وتُشكّل تهديداً على اللغات، خصوصاً مع الأجيال الجديدة التي ستعتمد عليها أكثر دون أن تضطر لاستخدام الكلمات المختصرة. وهو ما يبدو أنه بحاجة إلى مزيد من البحث.^٧

تعتبر مواقع ومنصات التواصل الاجتماعي من أكثر الأشياء التي يستخدمها الأشخاص في الوقت الحالي خاصة في التواصل مع الآخرين، حيث شهدت منصات ومواقع التواصل الاجتماعي الكثير من الحركة في السنوات القليلة الماضية.

وقال موقع SEJ إنه ربما لا يزال تطبيق فيسبوك Facebook مهيمناً، ولكن تطبيق تيك توك TikTok شهد أسرع نمو لأي منصة ووسائل اجتماعية، منذ إنطلاقه قبل خمس سنوات فقط، أصبح النظام الأساسي المستند إلى الفيديو الآن الخامس بالنسبة لمعظم المستخدمين النشطين شهرياً. وأضاف أنه وفي الوقت نفسه، شهد تطبيق إنستجرام Instagram نموًا مذهلاً واحتلت المرتبة الرابعة في عدد المستخدمين النشطين شهرياً.

واستعرض الموقع أكثر منصات الوسائط الاجتماعية شيوعاً في دليل الوسائط الاجتماعية لدينا :

أفضل ١٠ مواقع ومنصات وسائط اجتماعية

- 1- تطبيق فيسبوك Facebook: تم إنطلاقه عام 2004، ووصل عدد المستخدمين النشطين شهرياً إلى حوالي 2.7 مليار، كما بلغت أرباحه وإيراداته خلال عام 2020 مبلغ 86 مليار دولار.
- 2- تطبيق يوتيوب YouTube: تم إنطلاقه في عام 2005، ووصل عدد المستخدمين النشطين شهرياً 2 مليار، وقدرت الإيرادات الخاصة به 19.8 مليار دولار في عام (2020).
- 3- تطبيق واتساب WhatsApp: تم تأسيسه في عام 2009، ووصل عدد المستخدمين النشطين شهرياً 2 مليار، وقدرت إيراداته بـ 5 مليارات دولار عام 2020.
- 4- تطبيق إنستجرام Instagram: تم إنطلاقه في عام 2010، وقدر عدد المستخدمين النشطين شهرياً بحوالي 1.16 مليار، وبلغت قيمة إيراداته 6.8 مليار دولار عام 2020.

٥- تطبيق تيك توك Tik Tok:

تم إنطلاقه عام 2016، وبلغ عدد المستخدمين النشطين شهرياً 689 مليوناً، وبلغت إيراداته عام 2020 مبلغ 35 مليار دولار.

٦- تطبيق سناب شات Snapchat: تم إنطلاقه عام 2011، وبلغ عدد المستخدمين النشطين شهرياً 433 مليوناً، وقدرت إيراداته بـ 911 مليون دولار عام 2020 .

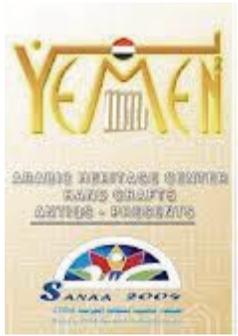
٧- موقع رديت Reddit: تم إنطلاقه عام 2005، ويبلغ المستخدمين النشطين شهرياً 430 مليوناً، أما عن الإيرادات فبلغت 212.5 مليون دولار (2020).

٨- موقع بينتريست Pinterest: تم إنطلاقه في 2010، وبلغ المستخدمين النشطين له شهرياً 416 مليوناً، وبلغت الإيرادات في عام 2020 حوالي 1.693 مليون دولار.

٩- موقع تويتر Twitter: تم الإطلاق الموقع عام 2006، وبلغ عدد المستخدمين النشطين شهرياً 353 مليوناً، كما بلغت الإيرادات الخاصة به 3.72 مليار دولار عام 2020.
١٠- موقع لينكد إن LinkedIn: تم الإطلاق عام 2003، وبلغ عدد المستخدمين النشطين شهرياً 310 ملايين، وعن الإيرادات فبلغت 8.05 مليار دولار عام 2020.^٥

عرض الصور والفيديوهات المعبرة عن الموروث الشعبي على مواقع التواصل الاجتماعي:
من أشهر المواقع التي يعرضها في الموروث الشعبي:

١- صفحة مركز التراث العربي والحفاظ على التراث الشعبي على الفيس بوك وعن المعلومات التي يعرضها نجد ركز



التراث العربي والحفاظ على الموروث الشعبي
مؤسس المركز \ عبدالرزاق احمد صالح دحوان
مركز يهتم بالتراث الثقافي والشعبي وتنميه الاسر المنتجة الريفية
والادوات والاعمال الحرفية القديمة والمنقرضة
اليمينية ورفع قدره الشباب من الجنسين اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا
المقر (١) مارب / مراد
(٢) صنعاء/ دار الحمد
(٣) الحديده / زبيد
(٤) حضرموت/ شبام

وإذ تصفحنا الصفحة لوجدنا العديد من الصور التي تعرض التراث الشعبي لليمن مثل الازياء الشعبية فالصور الثلاث التالية تعرض نماذج مختلفة للازياء الشعبية التي يقوم ابناء اليمن بارتدائها.



صورة رقم (٣)



صورة رقم (٢)



صورة رقم (١)

ومن الصفحات الهامة أيضا صفحة الارشيف المصري للحياة و المأثورات الشعبية وهى صفحة على الفيس بوك ويتم فيها استعراض كافة الفاعليات التي عرضت للموروث الشعبي المصري بمختلف اشكاله ومجالاته بالإضافة لبعض ورش العمل للمهتمين بمجال الفولكلور فنجد من خلال بعض الصور مجموعة من الازياء ومكملات الزى للمرأة المصرية في مختلف المحافظات كما في صورة رقم (٤) مكملات الزى للمرأة السيوية والصورة رقم (٥) لآحد الرقصات الشعبية الفلاحي والصورة رقم (٦) والصورة رقم (٨) لآحد الاسواق الشعبية المصرية والصورة رقم (٩) لآحد الفلاحات المصريات بزيها التقليدي.



صورة رقم (٥)



صورة رقم (٤)



صورة رقم (٧)



صورة رقم (٦)

صفحة الفولكلور المصري على الفيس بوك وهى صفحة فقيرة بها القليل من الفيديوهات المعبرة عن الموروث الشعبي المصري.

٢- قناة اليونسكو على YouTube

وتحوى هذه الصفحة مجموعة من اهم الموضوعات التراثية وتظهر اتفاقية اليونسكو لحماية التراث الثقافي الغير المادي عام ٢٠٠٣، فيوجد مجموعة من الممارسات تشمل الرقصات واللهجات الشفوية واللغات والاحتفالات والطقوس، فيوجد احد الفيديوهات يتحدث عن التحطيب المصري الذى ادرجته اليونسكو على قائمة التراث العالمي لليونسكو، كما في صورة رقم ٨، ٩، ١٠ والتي تعرض احد الحفلات الذى تم فيها الدمج بين التحطيب كأحد الرقصات القتالية مع بعض

فقرات الرقص الحديث وما اسفر عليه هذا الدمج من حالة من الانسجام والربط بين الهوية والفن .



صورة رقم (١٠)



صورة رقم (٩)



صورة رقم (٨)

النتائج:

- ١-مواقع التواصل الاجتماعي قيمة ثقافية هامة لما لها بالقدرة على الربط بين الحاضر والمستقبل والربط بين الدول والشعوب المختلفة.
- ٢-الثقافة البصرية وتناولها بشكل جيد يقوم بتأكيد المعلومة المصورة ويساعد على عرضها بسهولة ويسر.
- ٣-الموروث الشعبي به العديد من الموضوعات التي تحتاج لتناول وإبراز بأشكال عدة وبطرق مختلفة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٤-الموضوعات التي يتم تناولها على مواقع التواصل لا تعرض كافة موضوعات الفولكلور ولكنها تفتقد للعديد من هذه الموضوعات الهامة التي تعبر عن تراث بلادنا وتعرضه بأشكال عدة.

التوصيات:

- ١-زيادة مواقع التواصل الاجتماعي المعنية بعرض وتوثيق موضوعات الفولكلور.
- ٢-اهمية وجود جهات متخصصة مثل المعهد العالي للفنون الشعبية ومركز دراسات الفنون الشعبية ويستعان بالمتخصصين لديهم في دراسة موضوعات الفولكلور وكيفية عرضها على المواقع الفولكلورية المتخصصة.
- ٣-التوصية باستخدام أحدث التقنيات في مجال التصوير لعرض الصور الفوتوغرافيا والفيديوهات والافلام المعبرة عن موضوعات الفولكلور بشكل امثل.
- ٤-الاهتمام بعمل الندوات وورش العمل التي تساعد على انشاء وتوظيف وعرض الموضوعات الفولكلورية بأكثر من طريقة وأكثر من اسلوب للعرض.
- ٥-الاهتمام بالشكل الامثل لتدريس كيفية انشاء مواقع تواصل اجتماعي معنية بموضوعات التراث.

الخلاصة :

تعتبر الصورة هي حجر الاساس في التعبير والفهم الخاص بالموضوعات التراثية والموروث الشعبي بمختلف اشكاله واصنافه فالمصادقية لا تتضح الا بصورة والمنطقية لا تظهر الا بالتعبير بالصور واستخدامها وتوظيفها فالنص مع الصورة يبرز المعنى ويؤكد ويوضحه ويجعل لا مجال للشك غير ان الصورة هي سمة العصر فالثقافة البصرية اصبحت الاتجاه الاول وربما الاوحد على نطاقات عدة وبأشكال مختلفة فالصور والفيديوهات عادت تحل محال الكتب والدوريات

والدراسات حيث اننى اوفر الكثير من التفسيرات والتأويلات باستخدام الثقافة البصرية والمعلومة المصورة واذ نظرنا الى الثقافة الرقمية لوجدنا اننا اما تطور تقنى عالي المستوى على كافة الاصعدة ومن اهم هذه الاصعدة هي مواقع التواصل الاجتماعي التي اصبحت شغلنا الشاغل يوم بعد يوم فلا حياة بدونها صغار وكبار واذ عرضنا اهمية وسائل التواصل الاجتماعي واشكالها لوجدنا ان لوسائل التواصل دور ليس بالهين في الربط بين الثقافات واطهار ثقافة الشعوب والتعبير عن الادوار التي تلعبها عناصر الموروث الشعبي في حياتنا وكيف اننا عن طريق استعراض الموروث داخل وسائل التواصل الاجتماعي نكون قد عرضنا الكثير من المعلومات الخاصة بثقافة شعوبنا ولكن بشيء من البساطة والدقة دون مبالغة او تحريف او تغيير ولكن من خلال البحث وجدنا انه لا يتم عرض كافة الموضوعات التراثية بالشكل الامثل وفي مختلف المجالات ولذلك وجب التركيز على انشاء صفحات متخصصة تعبر عن الفولكلور بأشكاله.

المراجع:

- 1-Joan Platt quoted in Seels, 1994, p103
- 2-Braden & Walker, quoted in Seels, 1994, p 103
- 3- Heinich, Molenda, & Russell, quoted in Seels, 1994, p 104
- ٤ - ما هى الثقافة الرقمية؟ <https://islamonline.net/%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%83%D9%86%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%85/>، 2021
- ٥- انظر المرجع السابق، ص70.
- 6- <https://www.emaratyouth.com/technology/pc/2013-07-09-1.589890>
- ٧- الامارات اليوم 9 يوليو 2013
المرجع السابق
- 8- <https://www.elwatannews.com/news/details/5543003>
مارينا رؤوف، الاربعاء 23 يونيو 2021 ، أفضل 10 تطبيقات التواصل الاجتماعي لعام 2021، حققت مليارات الدولارات