

# قوة القيم

POWER OF VALUES



Arttoy.org

د. إبراهيم بن محمد الحجي

المستشار على أكاديمية القيم

ibrahimalhejji

أكاديمية القيم  
VALUES.ACADEMY.ORG

# المقدمة

« معتقداتك تصبح أفكارك،  
أفكارك تصبح كلماتك،  
كلماتك تصبح أفعالك،  
أفعالك تصبح عاداتك،  
عاداتك تصبح قيمك،  
قيمك تصبح مصيرك. »

## ما هي القيم

نبذة عن الفصل

هذا الفصل تمهيدى حيث يتحدث عن القيم على وجه العموم، و كيف تشكل القيم حياة البشر، و تغير سلوكياتهم و مواقفهم.

## محتوى الفصل

- « ما هي القيم
- « القيم كمهارات روحية
- « تناقض القدرة مع القيم
- « تناقض المواقف مع القيم
- « أفعال تنشيط القيم

## ما هي القيم

القيم هي أعمق المعتقدات و المشاعر التي ننتمى إليها  
تعتبر القيم إحدى المعتقدات، أو الوسائل، أو المقولات الفلسفية ذات معنى، سواء كنا نحن على دراية بها أم لا. فكل شخص لديه مجموعة أساسية من القيم، يمكن أن تتراوح بين النماذج الشائعة مثل الإيمان بالعمل الجاد، و الالتزام بالمواعيد إلى المزيد من القيم على الجانب النفسى، مثل الاعتماد على الذات، و الاهتمام بالآخرين، و انسجام الأغراض.

فعندما قمنا بالبحث في حياة الأشخاص المشهورة، فكثيرًا رأينا كيف دفعت القيم الشخصية بهم إلى القمم في مجالاتهم. فعلى سبيل المثال، يُشكل الالتزام بالعدالة الاجتماعية دافع داخل أحد الممثلين مما جعله يقوم بأدوار مرتبطة بهذه القيمة والتي جعلته مشهور بالعالم. و الحال نفسه مع إحدى المنظمات الاقتصادية التجارية المعروفة،

فقد تم دفعها بقيمة شخصية، وحتماً هي التكنولوجيا التي يسهل استخدامها و التي أدت بالشركة إلى إطلاق ثورة التكنولوجيا. فما كانت القيم لدى الشخص، و الايمان بها و تنفيذها بتفاصيلها الصغيرة في حياتنا، من المؤكد أن تتبعها الانجازات و النجاحات العظيمة و الرائعة.

## القيم كمهارات روحية

تعتبر القيم مهارات روحية، و الانبثاق الالهى الذى يمكن لقلوبنا و عقولنا الارتباط به من أجل التطبيق العملى لجعل الحياة عظيمة.

## تناقض القدرة و القيم

تعتبر القدرة خاصة بالجسد، فهى ما قد اكتسبناه بالفعل بشكل كلي، و تعتبر القيم خاصة بالعقل و الروح، فهى ما نطمح للحصول عليه. فالقدرة تعكس القيم التى قد تقبلنها بالفعل تماماً عقلياً، و بتأييدها حيويًا، و سيطرنا على أجسادنا، مثل القدرة على الالتزام بالمواعيد فى الغرب، أو القدرة على القيام بعمل الأشياء على أكمل وجه، أو القدرة على التنظيم، أو القدرة على المحاربة بشجاعة. و مازالنا نسمى القيم بالقدرة على القيام بفعل مثل الكرم، و العطاء، الاقتباس بوجهة النظر الأخرى، و الصدق. فعندما تصبح هذه القيم مشاعر جسدية، تتحول أيضًا إلى قدرات لقوة غير عادية مثل الدوافع، و المواقف، و الآراء.

فالمواقف هى القيم الحيوية، و آراء القيم العقلية، و دوافع القيم الجسدية.

## تناقض المواقف و القدرة

تظهر مواقفنا و قيمنا الشخصية بشكل ما مشابه، ولكن بالتحليل عن قرب، نرى اختلاف واضح. فبالنسبة لواحد من هذه الاختلافات، يعكس أحد المواقف الكثير من سلوكنا و أفعالنا الحيوية، بينما تعكس قيمنا الكثير من معتقداتنا العقلية التى يمكن أو

لا يمكن أن تُعبر عن سلوكنا.

فعلى سبيل المثال، عندما تقول أنك متسامح أو غير متسامح، فهي تعبر عن موقف إيجابي أو سلبي بشأن التسامح الشخصي لشخص ما. ولكن عندما تقول أنك تؤمن بالتسامح والتفتح الذهني، يكون هذا تعبير عن إحدى القيم. وبهذه الطريقة، تحتوى القيمة على إدراك عقلي واعى للشئ كالمهدف التابع له. وعلى النقيض، يكون موقف ما أقل وعياً وإدراكاً بالأراء الحيوية التى تظهر من خلال سلوكنا و أفعالنا.

يعكس أحد المواقف الكثير من سلوكنا و أفعالنا الحيوية، بينما تعكس قيمنا الكثير من معتقداتنا العقلية .

فمن الممتع أيضاً أن تعرف أن الشخص يمكن أن يُقدر التسامح و يظل غير متسامح! فالقيمة المثالية جزء لا يتجزء من سلوك الشخص و لكن ليس بمعتقدات نظامه فحسب، فمثلا تظهر قيمة الإيمان بالتسامح فى تسامحنا للمواقف والأفعال الحيوية كموقف إيجابى.

فتعتبر القيمة التى تتم ممارستها و تطبيقها من خلال المواقف، والسلوكيات، إلخ مهارة الحياة حيث تنبت جذورها بالروح.

## أفعال تنشيط القيم

إن الهدف من حفظ القيم بالعقل هو أن تنفيذهم يقوم بتنشيط كل شئ متعلق بالعقل. فبالنسبة لفرد ما يلتزم بالقيم ويقوم بتطبيقها فهو يقوم بتحرير طاقات فعالة تجذب دائماً النجاح، والإنجازات، والرخاء. و الحال نفسه بالنسبة لشركات أو لمؤسسات الأخرى، فعندما تتبنى القيم، يصبح أفرادها العاملين بالمنظمة نشطاء كما يكون عملائها، و منتجاتها، و خدماتها. و يرتبط كل شخص وكل شئ آخر بالمنظمة.

## قوة القيم

نبذة عن الفصل

يتحدث هذا الفصل عن قوة القيم و كيف يمكن أن تحول حياتنا. فتعطى القيم كل شىء معنى، فلهيها القدرة على تعدد القوة للقيام بفعل ما معين. و يناقش أيضًا كيف يمكن لقيمة ما تنشيط، و تقوم بعملك إذا كنت تؤمن بها بشكل شديد جدًا، فمثلا إذا كنت تعمل بخدمة العملاء و كان لديك قيمة مساعدة الناس، إذن فهذا سوف ينشط و يقوم بتفعيل عملك، و يجعلك أفضل داعم للعملاء على وجه المطلق. ويتم توضيح أمثلة مختلفة بهذا الفصل.

## محتوى الفصل

- « قوة القيم
- « القيم فى العمل
- « قوة القيم لتشكيل حياتنا
- « قوة القيم فى الأفعال
- « قوة القيم لتحقيق الانجاز

## قوة القيم

تضاعف القيم قوة الفعل و نتائجه

تزيد القيم بشكل كبير نتائج العمل

يمكن أن تزيد القيم، التى تكون فى الحقيقة مهارات روحية، نتائج العمل للمئة أو أكثر. تحرر القيم امكانيات هائلة للنجاح، و الانجازات، و السعادة.

## القيم و أغراضها

تأخذنا القيم من الحياة الدنيوية و تقوم بإضافة معنى لها، فهي أول بذرة يتم زرعها لكي نصبح بشر في العصر الحديث، فهي تعظم و تنشط وجودنا.

## تحرير قيم بالفعل

كل فعل عالمي يمكنه التعبير عن قيم كثيرة، فكلما قام الفعل بالتعبير، كلما كانت قوته أعظم و مؤثرة بشكل فعال.

## القيم فى العمل

لا يوجد عمل بحيث لا تزيد القيم ، فالانتباه، والتنظيم، والفهم، و الأمانة، و الصدقة،... إلخ قيم قليلة نعرفها.

## القيم الشخصية و الروحانية

كل شىء يتم انسابه إلى القيم الشخصية ، فهل الغرض من العمل تحسين أحوال المعيشة، أم إرضاء الأنا لشخص؟ فبالنسبة لأغلب الناس تكون بعض من المزيج بين الاثنين فمثلا القيم النافعة بالإضافة إلى حب الأنا. و القيام بعمل خدمة بكل معنى الكلمة تعتمد على القيم نادرة فى الحقيقة. و من ثم، لخدمة الله الواحد من مليون، خدمته بكل معنى الكلمة تتضمن قبضة على الأرض.

فيعتبر أعمق اتزان لأحد الأفراد، أو الأعمال، أو إحدى المجتمعات قيمها، عندما يتم تنفيذ القيم و يتم تطوير القليل بشكل جديد، يمكن للظروف الخارجية أن تتغير عشرات المرات أسرع و (أفضل) من مجرد تغير الأشياء من الظاهر.

## القيمة الصحيحة للحدث

لا تعتمد روعة و عظمة الحدث على النجاح المادى، و لكنها تعتمد على المشاعر التي

تلهمها و الأهداف الذى قد يتبعها الرجال.

### تطبيق القيم على أهداف الحياة

فى أى خطة تقوم بتنفيذها لتحسين حياتك، أضف قيم ضرورية لتفعيل و تنشيط هذه العملية، فمثلا من أجل زيادة دخلك ٥٠٪ من خلال تعليمات يمكنك تطبيق قيم العطاء الذاتية و تقبل الرأى الآخر بصدر رحم، و النقل من منظور مبدىء الوضوح و الكمال. فالقيام بتلك الأشياء سوف يقوم بتفعيل الخطة خلف كل المقاييس.

تستند كل قصة نجاح على تنفيذ القيم الاجتماعية الشخصية و قيم أخرى من نفس النوع أو نوع آخر.

### تنشيط خطة/ فعل ما من خلال القيم

تقوم بتفعيل أى خطة لفعل من خطة استراتيجية إلى أصغر فعل بالقيم. فتساعد القيم فى تحويل قوة الطاقة بالهدف إلى قوة أعظم بكثير، بحيث يمكن الآن تحقيقها من خلال التنظيم، و المجهودات، و المهارات.

## قوة القيم لتشكيل حياتنا

يتم دفع كل شخص لتحريك حياتنا فى اتجاهات معينة. و تحدد القيم التى نتبعها الدوافع، و من ثم تكون قيمنا: القدرة على تشكيل و تشكيل الفكر و التركيبات الواضحة للفهم التى تعبر عن ما حصلنا عليه يكون حقائق مهمة عن الحياة. و بالتالى يتم تفعيل هذه المثل من قبل المشاعر و العواطف التى تحول تلك المفاهيم العقلية إلى شغف حيوى بحيث نأمل فى إدراكه فى حياتنا، و تختلف المسألة إذا بذلنا فعلا مجهود فى تنفيذها. فبدون قيم أو معتقدات، سنكون أليات على شكل كائنات، تدفعنا تقلبات الحياة هنا وهناك، فبدون قيم، سنكون مخلوقات مُجبرة على عمل فعل فقط من خلال الحث و العواطف. فى هذا التواجد الغير انساني، سيكون هناك القليل من الانتباه بحقيقة ما

نعزز بها. ناهيك عن التنفيذ بمفردك القيم لكي تقوم بتعظيم وتنشيط حياتنا. في هذه الحقيقة المجردة من القيم سنعيش حياة غير واعية بدون معنى، أو غرض. وعلى الجانب الآخر، عندما نأخذ القيم، نعيش وجود هادف و فعال فنصبح بالفعل بشر.

عندما نأخذ القيم، نعيش وجود هادف و فعال فنصبح بالفعل بشر.

فمع هذا الحال، ما هي حقائق الحياة، فمثلاً القيم الشخصية التي تؤمن بها؟ و ما هي المثل و المعتقدات ذى قيمة عالية التي تشكل حياتك، و تحفز حياتك اليوم و تدفع بها؟ و لماذا لا نأخذ بعض من الوقت و القيام بقائمة ما قصيرة، ثم انتبه إلى أن كيف كل قيمة قد شكلت أو تشكل حالياً حياتك.

فإذا فكرنا بها، سنرى أن الناس ترتبط بالقيم الشخصية من خلال عدد من الطرق.

يفكر المفكرون بشكل مستمر في الأشياء التي يعتزوا بها و يؤمنوا بها. و يتم تحفيز الناس القوية و دفعهم لتطبيق هذه الأشياء في حياتهم. في الواقع، تقوم معظم الأشخاص الناجحة بشكل مستمر بتقييم قيمهم و يتم دفعهم بشكل مستمر لتحويل تلك القيم إلى حقيقة واقعية. فتمثل القيم لهؤلاء الأفراد مصدر غير نافذ للقوة الداخلية التي تنشط القيم إلى ما لا نهاية دافعة بهم إلى مرتفعات النجاح أثناء تعبئتها العميقة لحياتهم.

و من المدهش، أن لا تقوم القيم بتنشيطنا فحسب ، بل عندما نقوم بتطبيقها، تقوم بتنشيط كل شيء يتواصل معها! إذا قمت بتطبيق قيمة خدمة العملاء و ابتسمت عند التحدث مع العميل، سأقوم بتفعيل المحادثة التي تؤدي إلى رد أروع من الشخص وعلى الطرف الآخر الذى يدفع شراء الخدمة التي أقوم بعرضها عليه. أيضاً إذا كنت حقيقياً مخلص بايمانك برضا العميل، فقد خلقت قيمة مضافة بحيث تعزز و تؤسس على القيمة الأولى. و ينشط المزج بين القيم المطابقة للموقف بشكل كبير للظروف، التي لم تزيد من احتمالية النجاح فحسب، بل تحول التفاعل إلى متعة، وحتى إلى خبرة ممتعة. و من ثم

فلدى تطبيق القيم قدرة فطرية على توليد الطاقة، وتحقيق الانجازات، و المتعة بالحياة.

تعتبر القيم بكل فعلى مهارات روحية كهديه إلهية تأتي من مصدر غير نافذ للأشياء. تعتبر القيم بشكل فعلى قوة خاصة جدا فى الكون، فهى واحدة من الذى يمكن لعقولنا أن تفهمه لنهوض الحياة. تعتبر القيم بشكل فعلى مهارات روحية كهديه إلهية تأتي من مصدر غير نافذ للأشياء. تدرج أعلى المبادئ، مثل الوجدانية، و الحب، و الجمال، أخرى من النعيم و تقوم عقولنا بإعادة تفسيرها كقيم، فمثلا تدرك عقولنا المبدىء الروحى للوجدانية كقيم للتعاون، و التكامل، والعمل الجماعى، وأخرى. و الحال نفسه ينطبق هنا، يظهر مبدىء العالمية للحب فى قيم الصلاح، و الأنانية، و العطاء الذاتى، و التفتح، التسامح، و احترام الآخرين، و عدد من القيم الأخرى.

و قد شهدت الخمسة و عشرين سنة الماضية توسعاً فى الاهتمام بالقيم، فقد بدأ كتاب بيتز «البحث عن الامتياز» بتناول القيم بمكان العمل، و يتكلم الشيوخ عن القيم الأسرية، و تتكلم الأمم عن القيم الأخلاقية، و تتكلم المعلمات ذو روحانية عن القيم الأعلى للاعتراف بالفضل، و الخير، و العطاء الذاتى، و حتى التسليم الذاتى للالهية. فتدفعنا القيم، و تحركنا و تحرك الحياة، تحركها إلى الأمام. و تمكن التقدم حتى من الظهور و التطور. فتعتبر القيم هى ما تمكن الحياة من التقدم للخطوة التالية سواء قاموا بدفع حياتنا الفردية فى اتجاه ايجابى، أو بتحسين الاقتصاد، و الظروف الاجتماعية، و الثقافية للأمة، أو دفع المجتمع نحو طريق التقدى إلى ما لا نهاية.

يعتبر التسامح، و التفتح، و احترام الآخرين، و العمل الجماعى قيم انسانية عديدة، و حين أن تعتبر الوجدانية، و الحب، و الجمال، و الصدق بعض من القيم الروحانية العظيمة التى يتم استخراجهم منهم. و بوقت معين، تتقابل القيم الانسانية و الروحانية و تخرج بقيم أخرى تظهر من خلال قيم انسانية روحية مثل الأنانية، و العطاء الذاتى،

و الاعتراف بالفضل. تعتبر القيم تعبيرات للحقائق العاطفية التي عندما يتم تطبيقها تقوم بتنشيط شىء يقابلها و تمكن النتائج الايجابية العظيمة مع أقل مجهود في أقصر مدة من الوقت سواء كانت للفرد، أو جماعة، أو المجتمع بأكمله.

تعتبر القيم تعبيرات للحقائق العاطفية التي عندما يتم تطبيقها تقوم بتنشيط شىء يقابلها القيم هي الطريق لتقدم مستقبلنا، فهي تعتبر دعوة الاله للعقول الرجال سعيا إلى حياة أفضل من أجل الالحاق بفرحة مطلقة و بالانجاز بالحياة.

## قوة القيم فى الفعل

تقوم القيم بتعدد قوة الفعل و نتائجها، فتظهر القيم بالأفعال الجسدية و المادية، فى المواقف و الأفكار، فكل منهم لديه قوته الخاصة به.

فنحن جميعاً نعلم أن الفعل الذى يتم بمهارة يأتى بنتائج أعظم من الفعل الذى لم يتم بمهارة. ينتج العامل الماهر، مثل النجار، و الرسام، و المحاسب، و رجل المبيعات، و المحامى، و الفيزيائى المزيد من النتائج المفيدة، و النافعة، و الجميلة فى أقصر وقت مع عدم إهدار الوقت بشكل كبير. فما لم يتم غالبا ادراكه هو أن العمل الماهر الذى يظهر قيم ينتج نتائج أعظم بعيدة المدى

يمكن أن يجد رئيس فريق الطابخين وجبته الجيدة عندما يفشل عن القيام بها على طبق نظيف. و يمكن أن يتسبب سائق ماهر ينقصه قيمة الانضباط بالمواعيد فى عدم حضور موظفه اجتماع اسم أو ضايح فرصة كبيرة و يمكن بشكل بسيط لمحاسب ماهر ينقصه قيمة الترتيب، أن يضع ملف مهم بمكان خاطيء أو حتى فى مدفوعات العميل كأحد المحاسبين بشركة نقل بالقطاع العام. و يمكن التناقش بشكل ممتاز بدعم باع أن يفشل فى الاقناع عندما يعرف الحاكم أنه يفتقد لقيمة الصدق و يمكن لرجل أعمال ذى رؤية و محور يفتقد قيمة الاقتباس بوجهة النظر الأخرى أن يفشل فى الحصول على خدمة عيل

كبير أو دعم أشخاصه باللحظات الحاسمة.

توجد القيم في سلسلة متصاعدة للطوابق، و يكن كل طابق أعلى أكثر دقة من الطابق السابق. تظهر القيم المادية في أن كيف ندير بحذر و بمصداقية الأشياء المادية، و تظهر القيم الحيوية في أن كيف نرتط بشكل مفرح، و منسجم، و كريم مع الآخرين و تظهر القيم العقلية في الأمانة، و الصدق، و المثالية. و تظهر القيم الروحية في ايماننا، و اخلاصنا، و صبرنا، و مثابرتنا، و حسن نيتنا، و عطائنا الذاتي. فكل فعل يستطيع التعبير عن قيم كثيرة، يعتبر عالمي. فكلما قامت بالتعبير أكثر، كلما كانت قوتها و تأثيرها أعظم.

## قوة القيم لتحقيق الانجاز

نحن نعلم جميعا أن القيم تحفز الانجازات، فمن الجدير بالذكر توضيح كيف تقوم القيم بهذا.

- « النظافة: تجذب الرخاء بتنشيط البيئة.
- « الالتزام بالمواعيد: ينظم أنشطتك و من ثم تستغل أفضل استغلال للوقت.
- « الكفاءة: تحسن تحويل الطاقة إلى نتائج.
- « الجودة: يمنح الكمال لعمل الانسان و من ثم تجلب عمل أكثر يأتي بهال أكثر.
- « الانتباه: يجعل جميع منتجات و أسواق الناس تأتي إلينا حيث أن كل شىء في الحياة يحتاج إلى الانتباه.
- « التماسك: يحسن من التعاون و يمنع تناثر الطاقة الضرورية للانجاز.
- « تحديث الملفات: تمثل المثالية في الملفات تنوعا ما من الانتباه الممنوح للمال و من ثم يجعل المال يأتي بالمزيد.
- « وجهة نظر الشخص الأخرى: تعطى صورة ما كاملة و من ثم تدفع بالانجازات.

- « الاخلاص: يجعل الشخص موثوق به و من ثم يأتى بالمزيد من العملاء.
- « الحرية: تساعد على ظهور الابداع بالناس و من ثم تحقيق انجازات أكثر.
- « الانضباط: يساعد على التحكم و تقسيم الطاقات و الأنشطة بحيث لا يتم إهدارها.
- « الابداع: يساعد على ظهور أفكار جديدة و فرص لكى يستمر التقدم بالأمم.
- « السلطة: يساعد على تحقيق عمل غير عادى من خلال طاعة عمياء.
- « الخطاب اللين: يساعد على الحفاظ على الطاقة
- « الثقة: تعطى فرص أكثر للأشخاص للتفاعل و العمل سويا و من ثم تحقيق الانجازات.
- « الأمان: من خلال جعل مكان العمل مكان أمان للعمل تتحسن القدرة الانتاجية.
- « التنظيم: تنسق و توصل الناس، و المال، و السوق، و التكنولوجيا، و المنتج، من ثم يتحسن تحقيق الانجازات.
- « الأنظمة: تشكل عمل روتينى يأخذ شكلا ما و من ثم يزيد من عجلة العمل.
- « السرية: تؤكد الانجازات من خلال الحفاظ على المسائل بسرية.
- « العمل الجاد: ينشط الخطة الخطة الفعلية بحيث تأتى بها النتائج.



## العمل المثالى ذات قيمة

يصبح العمل الذى يعبر عن القيم: العمل المثالى.

### عملية تطبيق القيم فى حياتنا

يمكننا أن ننشط حياتنا من خلال بذل كل الجهد لتطبيق القيم التى نتبعها. فبمجرد تحديد القيم التى لها معنى لنا ، يمكننا تطوير أساليب تطويرهم. فعندما نقوم ببذل الجهد المحدد لتطبيق تلك الأساليب، من المؤكد تكون تتبع حظ جيد فى شكل فرص جديدة، و مصادر جديدة للدخل و للربح، وفى أشكال أخرى مادية و استفادة معنوية. فيمكن حتى أن نلاحظ أن بما أننا قمنا بتطبيق القيم، فقمنا بتجربة حالات ( استجابات الحياة) بحيث يأتى الحظ الجيد فجأة على ما يبدو من أى مكان رافضا متحديا للمفاهيم العادية لما هو منطقى و محتمل.

### القيم كمؤشرات و مواقف، و تطبيق القيم

ما نحب فعله هو ما نقوم بتقديره. ما نحب فعله سيعكس قوتنا و ضعفنا أيضا و مواقفنا السيئة، فإذا نظرنا بقرب كافى مثلا ستظهر الصفات الايجابية. فتكون تلك المواقف المحدودة قريبة من القيم التى غالبا نتبناها بجانب القيم الحالية التى نتبعها، فمثلا إذ كان هناك عدواة بيننا و بين الآخرين بسبب ما ينبغى عليهم قوله، إذن نكون بحاجة إلى تنمية قيمة التسامح . يعتبر تسامح الآخرين موقف يعكس قيمة التسامح. و يمكننا أيضا أن نتبه و نهتم إذا كنا فعلا نؤمن بالقيم التى نقولها فمثلا إذا دعمهم فعل ثابت فى الحياة، ونميل نحن إلى دعم قيمنا خاصة إذا كان وجداننا العاطفى أو عواطفنا بظرف حالى فى عدم انسجام معهم. فتعتبر القيم حقيقة عقلية حيوية كالحياة. و يعتبر تطبيق

القيم عمل صعب، و لكن يأتي بجائزته الخاصة عشرة الأضعاف. فيتبنى الإخلاص و يتبع عملية الإبداع و الإنجاز من رؤية إلى تطبيق.

### الإنجاز الأمثل

يتم تحقيق الانجازات المثالية من خلال الالهام الشديد المتزامن مع قيم ذى مخزى شديد بالحياة، و يتم تطبيقها عن طريق بذل أقصى مجهود فيخلق شعور بالالهام الشديد و القيم بالحياة سويًا كفاءة عظيمة لتحقيق الانجازات بالحياة. ( فهذه هى النتائج العظيمة بأقل مجهود). استخدام القوة الروحانية و الاستسلام لها يخلق نطاق و احتمالية عظيمة لتحقيق الانجازات، فهو أيضًا أكثر كفاءة.

### تحويل الطاقى إلى قوة

يمكن للطاقة بمفردها أن تظهر فى الحركة أو النشاط ولكنها غير كافية لتحقيق الانجازات. فيجب أولاً تحويلها إلى قوة يتم توجيهها نحو هدف معين ويتم تحويل الطاقة إلى قوة عندما تتطلب اتجاه دقيق و واضح. يساعد تقبل الأهداف النبيلة، و تقبل تشكيل الأساليب، و خطة العمل فى تحويل الطاقة إلى قوة . و لذلك، فاز مدرب الولايات المتحدة هارب بروكس لاهام السامى بميدالية الذهبية للأولمبيات عام ١٩٨٠ ، فى لعبة الهوكى على الجليد، ولدت قوة القائد الذى استطاع التغلب على شكوك أعضاء لجنة الأولمبيات بالثقة العليا للروسين المحترفين، فكان قد فاز بأربعة ميداليات ذهبية و اثنى وأربعين لعبة مستقيمة، تغلب المدرب الشاب الأمريكى اللاعب على شكوكه و تردده بسبب عدم خبرته و قام بالهام فريقه حتى الفوز. فلم يكن هدف بروكس حلم لذيذ أو تفكير يشبوه القلق، بل كان هدف مشغف بالعواطفه، فقام باطلاق كل طاقته العقلية و الحيوية و الجسدية و أيضًا طاقات اللاعبين و قام بتوجيهها للحصول على أعلى الأهداف التى ظاهريًا لا يمكن الوصول إليها. فيقوم أحد العلماء الذين يسعون إلى اجتياز معادلة نيوتن، أو أحد رجال الأعمال الذين يقررون إنشاء منتج ما أو سوق

ما أو خدمة ما جديدة، أو أحد الطلاب الذين يختارون إحدى الدورات للدراسة المهنية بتحويل طاقة شخصياتهم إلى قوة ما لتحقيق الانجازات بالمجالات الخاصة بهم التي يسعون إليها.

و يتم تحويل الطاقة أيضًا إلى قوة عن طريق قبول القيم أو المثل العليا، فلا يعتبر الهدف هنا نتيجة معينة و لكن الوصول إليه و تطبيق أعلى مستوى من التواصل مثل الأمانة، و الصدق. فيوجد هنا أحد الجوانب الرائعة بالعملية التي تعبر عن نفسها، فيكون اطلاق الطاقة مرحلة مُسبقة لتوليد القوة في وصفنا للعملية. و من الصحيح أيضًا أن يمكن تقبل الاتجاه الملهم أن يحرر أو يولد طاقات إضافية مجردها من الاحتياطات الخافية من خلال الشخصية أو يخلقها النشاط من أجل عدم ظهور نهائيا بحيث تكمن بخلف الظواهر.

و قد فجر الالهام المثالي بالثورة الفرنسية بركانًا ما من الطاقة هائج من القمع الطويل للفلاحين، و تم تحويل تلك الطاقة إلى قوة قضت على الطبقة الاستقرائية و النظام الحاكم بالدولة. قام التزام فريد سمث بالوقت بين العشة و ضحاها لتسليم الجزئي للولايات المتحدة بتغيير الأوقات المجمعمة بشركته لتحقيق ٩٦٪ من مستوى الأداء أو أكثر مقارنة ب ٨٨٪ لأقرب منافس له.

و التزام دوبونت بقيمة الأمان جعلته يحقق سجل أمن بأكثر من ٦٩ مرة أفضل من متوسط كل الصناعات للولايات المتحدة و أفضل ١٧ مرة من متوسط الصناعات الكيمايئة للولايات المتحدة.

يجذب تطبيق القيم العليا على أهداف ذات شغف استجابات إيجابية للحياة.

يولد تطبيق القيم الشخصية بتفاصيلها في حياتنا اليومية قوة عظيمة للنجاح و السعادة. فعلى سبيل المثال، كانت إحدى السيدات بالجامعة على وشك أن تقوم باختبار للقبول

بشركة ما. وعرف زملائها الاجابات مسبقا و من ثم، إلى حد كبير، هذا يقلل من فرصة قبولها. و لكنها قررت ألا تحصل على الإجابات و أن تكون أمينة. فما حدث أن عند موعد الاختبار، لم يتم إلغاءه فحسب بل تم قبولها لاحقا بنفس الشركة--- كانت السيدة تفاجئت تماما بها! فليس لدى تطبيق القيم الشخصية أو السحرية لتعظيم و لرقى الحياة فحسب، بل يمكنه تشجيع ردود فعل رائعة و مذهلة من الحياة أيضًا.

خطة العمل: قم بالتفكير في قيمتين أو ثلاثة قيم شخصية بحيث قد شكلت حياتك. و الآن قم بتطوير العديد من الأساليب لإعادة الالتزام بهم مرة أخرى، أو قم بخلق قيمة واحدة أو اثنين، و قم بتطبيقهم بشكل كامل في كل معظم أنشطتك اليومية الحاسمة. و من هذه اللحظة سوف تكون الحياة بشكل مستمر حيوية و مليئة بالمعنى و الدهشة.

الايان بالقيم الشخصية و تطبيقها يجذب ردود فعل ايجابية من الحياة.

إحضار قيمة عليا ما لأحد المواقف ( التي يمكن ترجمتها إلى أعلى المواقف ) يأتي بردود فعل ايجابية من الحياة. فالأمثلة على القيم العليا: الأمانة، و النزاهة، و الالتزام بالصدق، و الاعتراف بالفضل، و الاهتمام بالآخرين، و استخدام المصادر إلى أقصى حد، و التحسين المستمر، و التفتح، و التسامح، و التنظيم، و العمل وفق منهج، و خدمة المجتمع إلخ.

#### ١. التحسين المستمر

سوف تطلق أى محاولة لتحسين الموقف ردود فعل ايجابية من الحياة. ( فهذا أيضًا مثال للقيمة) أمثلة للردود فعل الحياة.

« يرى المعلم أن تدريب معين لا يأتي أبدًا بالمستوى الذي يريده.

« فقرر أن يقوم بعمل تحسين ما كبير بمنهجه ، و من ذلك الوقت و ردود أفعال الطلاب اتجه منهجه أفضل بكثير من قبل و قد اشتهر لاحقا بأنه أحد خبراء المعلمين بهذا الموضوع.

« شعرت واعتقدت سيده ما كانت تقم بمقابلة الناس من أجل توظيفهم بالشركة

بشدة أن يمكن لاستخدام الكمبيوتر تحسين العملية بأكملها، من لا شيء، أخبرها مديرها ببرنامج ما لاحقاً حيث أنها وجدت أنه البرنامج المثالي التي كانت تبحث عنه.

## ٢. استخدام المصادر إلى أقصى حد

الاستخدام الكامل للمصادر الحالية وفقاً للكفاءة والإنتاجية، والتنظيم، والنظافة، .. إلخ ( فهذا أيضاً مثال للقيمة) أمثلة للردود فعل الحياة.

« علم أحد الأفراد بأن أخته المثالية تتدهور وقرر أن يقوم بتنظيفها وإصلاحها. وفي خلال أيام قليلة إحدى الأعمال الجديدة قد بدأت بحيث تحتاج إلى هذه للألة خصيصاً. واستخدامها الكامل جعلها آلة موثوقة المصدر و مصدر دخل مربح.

« كان لأحد بائعي الخمر مبيعات قليلة، فقرر أن يبيع المخازن التي كان قد تركها لوقت طويل بدون أى عمل بها. وقام ببيعهم، إضافة إلى مبيعات لمدة ستة أشهر لمنتجاته الأخرى.

## ٣. الأمانة و النزاهة

تجذب الأمانة والنزاهة الحقيقية ردود فعل إيجابية من الحياة أمثلة على ردود فعل الحياة:

« كانت إحدى السيدات بالجامعة على وشك أن تقوم باختبار للقبول بشركة ما. وعرف زملائها الإجابات مسبقاً، و من ثم تضاءلت فرصة قبولها. ولكنها قررت ألا تحصل على الإجابات و أن تكون أمينة و في يوم موعد الاختبار، تم إلغاء الاختبار وتم قبولها لاحقاً بالشركة نفسها و تفاجأت تماماً.

## ٤. النظافة و الترتيب

تميل محاولة الحصول على أحسن مستوى للنظافة والترتيب لجذب ردود فعل من الحياة.

أمثلة على ردود فعل الحياة:

« قد كان لدى خبير استشاري ما عمل ببطيء، فقام بتنظيف حالته من أسوء حالاته

إلى أحسن حالاته. و بمجرد بانتهائه العمل، استقبل مكاملة بمنحه قيمة عمل لمدة ثلاثة أشهر.

## القيم و ردود فعل الحياة

منذ أن تم إطلاق كتاب توم بيتر في «البحث عن الامتياز» في الانشغال بالقيم، و خاصة قيمة الحرية و الاهتمام بالموظف في الشركات، فهي أول مرحلة بعيدة عن التوظيف العادى بالعمل، فتمكن القوة في الشركة من النمو بجانب النهج المعتاد. فيمكن أن نقول أن هذه هي أول خطوة اتجاه تغذية الروح، لأن بالأخير، القيم هي مهارات روحية، فلدى القيم قوة واضحة في تحقيق انجازات أعظم بكثير. فتمكن أيضًا استجابات الحياة التي لم يراها أحد. إذا تعلمت أن تكونى مرئى، سوف تتمدد طاقة تطبيق القيم في كل الاتجاهات. سيكون مفهوم هائل سيدهش الآخرين جميعًا، الذى يتم تطبيقه بتلقائية من أساليب الروح، فيسمح للمفاهيم بالحصول على أضعاف ألاف النتائج في وقت لا يُذكر، مُنشأ بهجة مميزة و طاقة غير نافذة تتبعك.

### القيم الشخصية ومناقشة ردود فعل الحياة.

بازدهار الانترنت، تداولنا مواضيع كثيرة مرتبطة بالتطور والنمو الشخصى، و الروحى، و العملى، و الاجتماعى. و نتداول حتى التحول الكامل للبشرية من خلال قوة الروح، على الرغم من أن قد كانت معظم المقالات المعروفة بشكل ممتع على الموقع خاصة بموضوع «القيم الشخصية» نحن نعلم أن فى ٢٥ سنين الماضية، قد أصبحت القيم شىء معروفًا و يتم تقديره أكثر بحيث أنه قد تحرك إلى جبهة الحياة سواء فى غرفة العمل أو غرفة مجلس الإدارة.

ولهذا كانت مفاجأة إلى حد ما أن يخبرنا شخص ما من قرائنا بأنه برغم من أن يقدر مقالاتنا على القيم الشخصية، إلا أنه تسأل عن تأييدنا لظاهرة «ردود فعل الحياة» بالموقع. وفى

النهاية، أوضح القارىء أن القيم الشخصية هى شىء له أهمية ثقافية و يستحق الانتباه إليه بجدية أينما تكون ردود فعل الحياة غير مادية و غير ثابتة. و ملاحظة أننا ضمناً لا يجب أن نذكر ردود فعل الحياة بالاستفاضة نفسها عند ذكر القيم الشخصية.

فمنذ ١٠٠ عام ماضي، قد لا يكون أحد سمع فى القطاع التجارى، أو حتى انتبه أحد إلى مفهوم استخدام القيم فى مكان العمل. فمن أجل النجاح فى العمل، يحتاج الشخص إلى صلابة، و قوة، و قدرة، و العديد من المصادر. و الحال نفسه، يحتاجون العاملون إلى أن يتحلوا بالطاعة و بالخوف و بالقدرة على القيام بالعمل. و تغيب عناصر أخرى مثل إخلاص الموظف، و نزاهة الشركة، و الأمن الشخصى للموظف، إلخ من الحوار التجارى، و بالأحرى يتم تنظيم العمل على الأهداف لىتم تحقيقها بمدة زمنية ما و بتكاليف معينة لى يحصل العميل على ما يريد. كان التمسك بالقيم يعد شىء ذاتى جداً - حتى إنها مجردة من معايير التجارة- لتكون مجدية بانتباه واهتمام الإدارة. و فى النهاية، نبدأ اليوم برؤية القيم جيداً على طريق ثورة مجالات كثيرة بالمجتمع. و مؤخراً بدت القيم تظهر على لسان كل شخص و من كل مكان و مجال فى الحياة.

و من حسن الحظ، فى ١٠٠ عام ماضية، رأينا تحرك تدريجى من التجارة ذات التوجيه التجريبي إلى نهج توجه قيمى أكثر. فما هو الذاتى إذن - القيم - أصبحت موضوعية و محددة الآن. فماذا يكمن فى الجانب الآخر من مفاهيم العقل قد أصبحت مقبولة كأسلوب عقلى و مؤثر فى نهضة كل مجالات الحياة. فعلى سبيل المثال، يشترك قادة التعاون الآن فى خطط استراتيجية بحيث يتم توحيد قيم الشركة مثل النزاهة، و سرور العميل، و استخدام المصادر إلى أقصى حد، إلخ ببيان مهمتها. فلم تعد القيم للمثقفين و أستاذة الجامعة و النخب، بل فقد تم إشادة القيم لاستخدامها العظيم فى المجتمع، سواء فى مجال العمل، و الحكومة، و التعليم، و حتى بين الشباب. ففى الحقيقة، نصف قراءنا لمقالاتنا على القيم الشخصية، و العملية، و الاجتماعية بموقع جروث أون لاين طلاب جامعات

و مرهقين! فما كان مرة شخصي و ذاتي و «غير مدعم من أى مؤسسة فكرية»، قد تم ترشيحه إلى أعلى عبر المجتمع، و قد بدأ في قبوله كجزء من حقيقة موضوعية جديدة.

و يسير مفهوم «ردود فعل الحياة» بعملية القبول نفسها، فقد نال إعجاب القليل و لم يتم سماعه أو فهمه بكل شخص تقريبا، و وقد استخف به العديد. فهى بمعنى واحد الشئ الذاتى، الشئ الوظيفى للحياة الذى قد تم تجريده من الأهمية الفكرية الضرورية، عملية تسأولية للحياة بدون منطق، أو عقل، أو الأسس العلمية. فالحقيقة أن ظاهرة ردود فعل الحياة ببساطة هى وظيفة متقنة بالحياة أكثر من القيم الشخصية و لهذا فقد هربت من العقل الفكرى الحديث. فتعتبر أكثر صعوبة للشخص العادى أن يفهم لأنها تتطلب منا التوجه إلى مستوى أعمق فى العقل الوعى المدرك للحصول على أعمال مذهلة. فبمجرد التحرك من النهج التجريبي إلى النهج المتقن للحصول على الاستفادة العظيمة للقيم، فنحن مازالنا نحتاج إلى التوجه أعمق لرؤية القوة الغامرة لظاهرة ردود فعل الحياة. فتعتبر ردود فعل الحياة، فى حالة عدم معرفتك، الحالة التى تتغير معها الحياة على الفور بحظ جيد مفاجئ بسبب التغيير فى العادات، و العواطف، و المواقف فى حياتنا. فهى مثل الظاهرة الخارقة التى يمكنها تشكيل طريقة نظرنا إلى الحياة فى القرن ٢١ بحيث أننا بدأنا فى تقدير القيم بأواخر القرن ٢٠.

إذا أدركت للحظة أن الاستفادة العظيمة التى تأتى بها القيم، سوف إذن تقدر حتى قوة ردود فعل الحياة الأعظم. فتقوم القيم، بالنسبة لشخص ما، بتنشط كل فعل يشترك به. فتزيد من تأثيرها و كفاءتها غالبا على عشر مرات بشكل مرتب. فإذا مثلا، تحدثت مع عميل باحترام شديد و أداء به اهتمام، إذن سوف لن أحصل على الطلب على الأرجح فحسب، بل سوف تطور شركتى، بسمعة ما ايجابية بحين أنها تتسبب فى تدفق الكثير من العملاء إلينا قاذفة بشركتنا إلى القمة فى مجالها. فكيف يقوم شخص ما بقياس النجاح فى مثل هذه المواقف؟ هل يتعامل مرتين، أو خمسة، عشرة؟ نحن لا نعلم حقا التأثير الكلى

لتطبيق القيم في حياتنا لأن قد كانت النتائج التي تولد غير مفهومة، و لا موثق بها، ويتم قياسها جيداً. وفضلاً لكتاب جاكوب و ماكفارلين: «التعاون الحيوى»، الكتاب العميق الذى يطلق قوة القيم فى بيئة العمل.

و بالرغم من أن هذا رائع، يجب أن ننتبه إلى أن القيم تأتى بنجاح لا مثيل له خلال الوقت. فمثلاً، قد أخرج تطبيق قيمة « جودة الخدمة» شركات كثيرة إلى القمم بمجالتها فى السنوات و العقود التى توالى بعدها. و قد فعلت قيم تعاونية أخرى مثل «الالتزام برفاهية الناس»، أو «التركيز على الاحتياجات الظاهرة للمجتمع» الشىء نفسه باطلاق الشركات إلى قمم النجاح.

يمكن لردود فعل الحياة: على الصعيد الأخر، تغيير أحوال الحياة حرفياً فى لحظة واحدة— متغلبة على المكان و الزمن، و ما نعتقد أنه ممكناً. فرود فعل الحياة هى قوة كالقوة الخارقة التى تغمر كل المفاهيم السابقة بكيفية عمل الحياة، فمثلاً تخيل أنك قمت بتغيير انفعال ما، و فجأة بعد دقيقتين، حصلت على أكبر طلب أو مهمة فى تاريخ شركتك. فعلى ما يبدو بأى مكان، لا عجب من أن العقل الفكرى الحديث ذى شكوك و ارتياب، و الأسوء من ذلك هو رفض ذلك رفضاً تاماً، فلم يكلف نفسه بأن يحدد ما إذا كانت ردود فعل الحياة هى الظاهرة الحقيقية للحياة للبدء بها! و بشكل آخر، فهى ترفض أساليبها العلمية التجريبية فى التحقق ما إذا كانت الظاهرة توجد!

و لحسن الحظ، قد بدء العقل الذى لم يتم تطويره بشكل كبير فى الانسان حتى الأونة الأخيرة ترك ماضيه بحماقته و التحرك نحو المنطق و العقل. و لا يزال المزيد حديثاً، فقد بدأ العقل فى رؤية أننا لا يمكننا قياس أى شىء بالاستجاب، فيجب أيضاً قبول التأثيرات الأخرى فى معادلة البشر متضمنة تأثير مواقفنا، و عواطفنا و انفعالنا، و معتقداتنا، و عوامل أخرى. إذن، يصبح العقل أكثر اتقان فى إطاره و إدراكه و من ثم أكثر قدرة على الحصول على احتمالات متعددة التى تقدمها الحياة. و قد كانت نتيجة

واحدة هي إدراك الانسان لقيمة القيم التي ليست ذاتية و شخصية كما يعتقد، و لكنها بموضوعية تؤثر على حياتنا، و غالباً بقوة عظيمة.

مازال يستطيع العقل التوجه أكثر عمقا ، فيمكن أن يتمركز باتزان أعمق في أعماق الوعي الإدراكي.

و من هناك، يمكن للعقل أن يحصل على الحقائق الجديدة و يكتشف ما خلف الحقائق المادية المجردة. و من اتزان داخلي هادىء و صمت عقلي ، يفتح الانسان إلى أشكال جديدة من المفهوم شامل لاستخدام الرؤية، الإضاءة، و الحدس، و الوحي. فمن خلال ترسيخ هذا، يمكن لشخص أن ينظر بالخارج إلى العالم و يحصل على الأعمال الخفية و الكشف عن الحياة. على وجه الخصوص، من تلك «مراقبة الوعي الإدراكي»، بدأنا نحصل على ظاهرة ردود فعل الحياة بالفعل. فتجربة قوتها على أساس معتاد، تصبح لنا موضوعية مثلما أى حقيقة تجريبية أو علمية.

عندما ننظر إلى ١٠٠ سنة الماضية الآن، سوف نرى كيف تكون رؤيتنا لموضوعية محدودة. و سوف نرى أن الموضوعية تشمل قوة القيم فى أى تحليل للنجاح. و سوف نرى أن الموضوعية شاملة أعمال ظاهرة ردود فعل الحياة عندما تقيم انسياب و عمليات الحياة. فغالباً، سوف تكون القيم و ردود فعل الحياة موضوعية لنا لأننا سوف نستطيع أن نستجمع القوة عن الرغبة. فسوف تكون الأشياء و الأدوات الكثيرة الكامنة فى حياتنا اليومية. و سوف تتجاوز الحياة استثنائياً لطريقة القديمة بمائة عنصر أو حتى ألف بحيث يمكننا أن نأتى بإمكانيات بالحياة لا حد لها على الفور الآن.

## التعليم، و القيم، و ردود فعل الحياة

يمكن أن ينظم التعليم طاقات الشباب الغير منظمة علي طريق نشر المعرفة شاملة معرفة القيم. و لكن يحتاج التعليم نفسه إلى أن يتم تنظيمه حتى يشمل على تلك القيم

و يوضحها. ففي عالم الأعمال، يتم تقدير قيمة القيم، فتخرج نتائج، و أرباح. فالآن نحتاج إلى تناول التعليم بحيث يكون النطاق أعظم. فيمكن للمتعلمين أن يتعلموا من خبرة الأعمال، و يقوموا بتعليم استفادة القيم، فانظر حولك، و انظر إلى الاستفادات عندما تقوم بتطبيق القيم على الحياة الواسعة و تخصصتها المتنوعة.

و يمكن أن تكون خبرة و مفهوم، و معرفة ردود فعل الحياة مفيدة جدًا بسبب أنها توضح كيف ينتج عن الانتقال إلى القيم بسرعة نتائج. فيمكن لمثل هذه المعرفة أن تنتشر من خلال التعليم. فيقوم المعلمين ذات أنفسهم بتجربة تساؤلات استجابات الحياة نتيجة إجراء الانتقال الداخلى الذى يجذب مظهره المفاجيء والكافى الذى لن يكون فقط قيمة مصيرية فقط، و معرفة لكثير من الانطلاقات المتنوعة التى تمكن استجابات الحياة من الحدوث بطريقة شاملة على أعلى مستوى من النظافة و الترتيب، التغيير من موقف سلبى إلى موقف إيجابى، فى لحظة ما حاسمة بتقبل أن تعطى الحياة و بمعرفة ما يريد الشخص حقًا، و قوة معنوية أعظم، إلخ.

فهذا يمكن أن يتم تعليمه على أنه قيم.

مخاطر على ظاهرة ردود فعل الحياة

التوسع الكمي و النوعى ينتج من تطبيق القيم.

ليس هناك فقط توسع بالنتائج الكمية فقط التى تولد بالقيم كالمزيد من الأموال، زيادة المبيعات بتوسع، و إنتاج أكبر، إلخ و لكن هناك أيضًا توسع نوعى ينتج من تطبيق القيم مثل المزيد من الطاقة، و المزيد من السعادة، و المزيد من التعاون و التماسك بالاحساس الأكثر عمقا بالأغراض بالنسبة لهؤلاء الذين يعملون بالعمل. فما يجعل النتائج تتسع بالفعل كميًا أو نوعيًا يعتمد على نوع القيم التى يتم تطبيقها، و درجتها، و الكمية التى تم تطبيقها عليها، إلخ.

## القيم عند الخطط المتنوعة

قم بتطوير مجموعة القيم خطة بخطة، فإذا كانت هناك قيم مادية غير كافية يتم تطبيقها الآن، فلن يخطو العمل إلى الخطوة الحيوية الأعلى، فمثلاً إذا كانت قيمة مادية مثل النظافة، و الالتزام بالمواعيد ناقصة، لا يمكن للعمل أن ينهض إلى تحقيق المستوى التالي من الانجاز. و بالتالي، عندما تكون هذه القيم المادية بمكانها، يمكنك أن تخطو إلى المستوى الأعلى من القيم، و القيم التنظيمية، و بالتالي القيم النفسية.

## القيم، و النهوض، و الانحدار

ترسخ القيم العليا بمنطق العقل في الأعلى تمكن الأفعال الصحيحة.

## الطريق المنطقي لرؤية القيم

من أجل رؤية القيم بوضوح، يجب على البشرية أن تصبح أكثر عقلانية.

## طرق لتقييم القيم

يمكن أن يتم تقييم نتائج القيم وفقاً للطاقة، و لقوة، و للمهارات، و للنتائج، و للمتعة، و للانجازات، و للتقدم، و للوقت، و للمكان، و للشئىء، و للحياة، و للعقل، و للروح، و للاثني عشرة جوانب الروح و الجوانب المعروفة للحياة.

## خلاصة القيم يفوز في فيلم « فعل مدنى »

في فيلم « فعل مدنى » المقتبس من قصة حقيقية، المحامى المجروح ذى الشخصية الناجحة جان سشليشتمن الذى يجب أن يتفاوض فى الأمور الكبيرة لصالح عملاؤه يعرض عائلات لمجموعة متنوعة من الأطفال قد ماتوا بسبب لوكميا. فقد تأثر جان بادعاء الأهل و قرر أن يتفحص المصانع الملوثة التى من المحتمل أن تكون المسؤلة عن هذا. و عندما اكتشف أن واحد منهم شركة تابعى لتكتل كبير من بياتريس فودز، اقتنع جان و شركاؤه بأن يتولوا القضية. وأثناء المحاكمة، جان لا يؤكد مع مختص الشؤون

المالية فحسب بل أيضا على حقيقة أن يدفع شركاؤه بالدين المالي العميق مهدد لحياتهم المعيشية بشكل كبير.

و قد تبين أنه قد لم يخسر القضية فقط، و لكن شركاؤه رفضوا و هو نفسه قد جبر على الاتجاه نحو الإفلاس و لكن بتلك الحالة من الفقر، حصل على طريق جديد للإمساك بالفاسدين. و بالتالي، و من خلال سلسلة من الأحداث، تم تجديد القضية من خلال براهين أخرى، و فاز المجرمون و قامت المحكمة بتعويضهم بـ ٦٩ مليار دولار.

فيمكن أن ننظر إلى نتيجة قضية جان كرد فعل من الحياة على نقاوة قيم جان، فكان في البداية أحد المحامين الأذكياء و المهارين الذي يتم دفعه بالمال. فكانت قيمه و مثله العليا مدفونة تحت هذا الانجذاب المادى. ثم تولى القضية - فمثلا حركته كارثة المجرمين لتلوث المياه عاطفيا و مثاليا.

و حتى الآن أيضا كان قد قامت احتمالية تسوية كبيرة بدفعه أولاً من أجل تكوين ثروة شخصية. و بالرغم من أنه كان مغرى ، منعتة مثله الخاصة بالعدالة للضحايا من القيام بهذه التسوية. و لكن بشكل ممتع كما فى نفس ذات الوقت يقوم بتدمير الأشخاص الذين يعملون معه بدفعهم إلى انهييار مادي من أجل تتبع القضية ضد المعارضيين ذى الملايين.

و قد وضح أنه قد خسر القاضي بشكل جزئى من خلال قوة مثله. و عندما تأتي إلى الضحايا، و لايزال غير مدرك بكارثة الناس التابعين له. و بشكل آخر، لايزال يعرض مواقف سلبية أو حتى مرتزقة عندما تأتي إلى المال بالرغم من حقيقة أن قد رفض التسوية مع المعارضيين و من ثم استجابت الحياة بطريقة سلبية نوعيا مثل لم تتعاون الحياة معه و خسر القضية. فى الواقع، تعتبر السخرية فى إنكاره للتسوية المربحة للضحايا، فى حين تسببت مثله الايجابية فى معاناة فريقه. و حتى الآن فقط عندما يتم يقترب هو نفسه من

الإفلاس بحيث يستطيع أن يأتي بالحل الذي يؤدي إلى قرار للقضية في صالح الضحايا. و مع رفض شركاؤه له، و الآن ينحدر لمستوى الفقر، يستطيع أن يتصرف بشكل كامل أكثر و أخيراً من منطلق هذا، فمثلاً معنى العدالة بالنسبة له الذي يكمن بجوهر عمق قيمه. و من خلال زوال المال الملطخ، كان إدراكه حراً من أجل التعامل مع القضية الحالية بشكل سليم أكثر.

و من خلال التوجه بعيداً من التأثير المالى ، استطاع أن يفكر بشكل منطقي، بل و حدسى بحيث يمكنه أن يأتي بشكل سريع بخطة ما تمكنه من الحصول على الربح الذي يزوده بالدليل القاطع الذي يمكنه من خلال وكالة حماية البيئة من الفوز بمستجدات القضية. و كانت استجابات الحياة بشكل جوهرى أخيراً للمثل الغير ملوثة من خلال تقديم العقل لوجهة نظر جديدة و رؤية لكى تتناول القضية من خلالها. و بما أنه ليس لديه مال خاص به الآن، لا يستطيع أن يقوم بمتابعة مستجدات القضية التى قد بدأتها من خلال حدسه. و بدلاً من ذلك، كان قد أرسل الدليل الجديد الذى كان قد وجهه إلى وكالة حماية البيئة التى قد بشكل تتبعى قامت بالتحريض على تتبع القضية. و من ثم قد فازوا بتسوية كبيرة للضحايا برغم من أن جان لم يعد ضمن التسوية بشكل مباشر. و من ثم، أتت الحياة بتسوية كبيرة للضحايا الذين يستحقون فقط عندما تم سحب القضية من جان ( و استطاعت بهذه الطريقة أن تُجد مُثله من خلالها و تمهد الطريق لأسلوباً ما جديد و دليل جديد الذى يمهد النصر. فلن يتدخل إدراكه القديم للمال الملوث و الملطخ).

عندما تكون القيمة خالصة و مثالية، تستجيب الحياة لها. و قام جان بتقدير أن العدالة تأتي للضحايا و كان يستطيع بشغف كبير أن يوظف أسلوب غير بديهى للفوز يوماً ما. فقد تمكن تغلبه على المواقف المرتزقة اتجاه المال من تمكينه بالتغلب على الموقف المرغوب الذى قد عكر نقاوة المثل.

## القوة المطلقة لقيم العمل الراسخة بالأعماق و الروح

نعتبر التكلفة الأقل، و المخدل الأكثر للمال، و منتجات أكثر، و تكنولوجيا أكثر، إلخ مخزى التقدم و الربح، و النجاح في العمل. و بالرغم من أن تلك الأشياء يجب ألا يتم التقليل من شأن تلك الأشياء، لدى قيم العمل - مثل سور العميل، و الانشغال الشديد براحة الموظفين، و الاستفادة من المصادر إلى الحد الأقصى، و الابتكار، و الاستفادة من الفرص الساطعة للمجتمع، إلخ من ١٠ إلى ١٠٠ مرة كأكثر قوة من أجل إنتاج مثل هذه النتائج.

ينفتح ممن كان يطلب القيم بالعمل بأنفسهم على الفرص الساطعة في مجالاتهم، فالتطبيق الأولى لقيم العمل يمكنك من التخطي إلى المنافسة بحيث تفتح الشركة إلى القوى العالمية التي تبعث الطاقات الضئيلة لمنافسة الخدمة الذاتية. يجذب تطبيق القيم الاستجابات بشكل مفاجيء - المال، و المبيعات، و الفرص إليك، فهذه هي المعرفة البارعة السرية.

تجذب القيم بالخارج مثل الفرص الخارجية للداخل، للتأثيرات الداخلية على الوعي بالشركة.

( مشيرًا إلى المبادئ الفردية للشركة التي تتبنى القيم) يمكن أن نحصل على الأعمال القوية و النتائج عندما نقوم بتطوير إمكانيات أكثر دهاء للوجود. و يمكن لحركة القيم و نتائجها أن يتم استيعابها بشكل أفضل عندما نتجه من الانجذاب إلى المادة، المؤسسة بشكل سطحي إلى اتزان أكثر عمقا.

فكلما نظرنا بالعلم بشكل أكثر ذكاء، كلما رأينا أعمال بارعة و قوة للقيم.

عندما نعيش بادارك أفضل للبيئة، متضمننا حركة القيم.

تعتبر القيم أهداف شخصية بحيث يتم فقدانها عندما تقوم الأشياء المادية السطحية بحجب الرؤية عنا، فهناك نرى الأهداف الموضوعية.

ولا يمكن أن يتم تحقيق الأهداف الموضوعية بشكل غير فاني بدون أهداف شخصية، مثل القيم، والعكس. لا يمكن أن يتم تحقيق الأهداف الشخصية بدون الأهداف الموضوعية.

فتولد القيم مثل الأهداف الشخصية أشد قوة بعد الإبداع، فمثلا التأسيس، و التركيز، و التكتل للطاقة أكثر من عدم وجود أهداف، أو حتى أن تكون الأهداف الموضوعية مفرداها.

يتم تقسم القيم إلى مكونات إدارية للاحتمالات.

تعتبر القيم مهارات روحية، فهي الإدراك المادى للمعرفة الروحية و الحقيقة.

فتأتى القيم بالمستقبل إلى الحاضر، و تقوم بتوجيهنا بعيدا عن قيود الوقت، و باستبدال الفانى بغير الفانى، و بتوسع نطاق السببية من أجل التأثير على نطاق واسع.

لدى كل جزء من الطبيعة عنصر روحى. فبالنسبة للفرد، فهي الحقيقة الذاتية، التى تتضمن الروح. و بالنسبة للشركة، فالعنصر الروحى هو قيم العمل.

عندما نكتشف حقيقتنا الذاتية، نعرف غرضنا الحقيقى. و عندما تكتشف الشركة قيمها، تبدأ أيضًا فى معرفة حقيقتها الذاتية و غرضها.

عندما يراك فرد ما بشكل عميق فى قيم الشركة، يأتى لتحمل القوى الذاتية للفرد للقوى الذاتية للشركة. فيمكن أن تكون القوى الذاتية للشركة نسب ذاتية عالمية للفرد الذاتى.

و في خلال بيئات التي يتم المشاركة بالقيم، تحقق الشركة الغرض العالمي من خلال الغرض الشخصي و يحقق الأفراد أغراضهم الذاتية من خلال الغرض العالمي للشركة.

تأتي الاستجابات الأكثر روعة من الحياة عندما تُطبق تلك القيم التي يتم فقدها، بحيث تمنعها من النجاح.

كلما كان الالتزام الشديد بالقيم و تطبيقها بداخل الشركة، كلما كانت استجابات السوق الخارجية أعظم.

سوف تواجه الشركة بمواقف متنوعة اختيارات مهمة. فاذا قامت بعمل انتقال ضروري، سوف تستجيب الحياة بشكل غزير. و بالتشبع بالقيم، يمكن لتلك الانتقالات أن تأتي بسهولة أكثر للشركة. و بهذه الطريقة المدركة لقوانين الحياة، يمكن أن تكون استجاباتها تكامل عظيم لتطبيق القيم.

## الطرق لعرض القيم على المراهقين

ليس لدى أية أنشطة على وجه الخصوص، بالرغم من، مع القليل من الابتكار، يكون الكثير محتمل فمثلا يمكنك أن تقرأ الأخبار الخاصة بشخص ما مشهور إلا أن يكون لديك تعليق على تلك الأخبار. و يمكنك أن تكتب على الصبورة القيم التي تظهر. ( أحياناً تأتي القيم بحيث يتم التعبير عنها بشكل سلبي بشكل بشع أقرب إلى أن تصبح الحدود لمواقف الشخص). و من خلال العديد من القصص، يمكن لعدد جيد من القيم أن يتم اكتشافه.

و من المؤكد أن يجب عليك أن تقوم مألوف بتنوعات القيم حتى تبدأ بها لكي تتمكن من تعريفها عندما يتم عرضها. ( مثلاً رؤية تطور موقع على الانترنت من خلال القيم). و يمكنك أيضاً فعل الشيء نفسه مع قصص قصيرة، أو الأفلام، مثل ابتسامة الموناليزا،

و ايرن بروكوفيش، و هارى بوتر، الخ. أو برنامج تلفزيونى. ويعتبر المدخل الآخر أن تسأل كل طالب عن ما أكثر شىء يقومون بتقديره فى الحياة، فيمكن أن يصرحوا به أو يكتبونه على الروق حيث تجمعهم و تناقشه معهم فى مجموعات و يكمنك أيضًا أن تسألهم عن اختصار سبب تقديرهم لهذا الشىء على وجه الخصوص. و ( أيضًا ما يؤمنوا به هو بشكل أو بأخر نفس ما يقدرونه. و أيضا من الأفضل أن تبقى مع الجانب الايجابى عندما تناقش القيم. فيمكن أن تجدد « أننى لا أحب التزيف » ( تم كتبتها أو نطقها من مراهق) ك « أحب أن أكون صدق أو حقيقى مع نفسى».

## القيم، الأفكار، و مشروع مقتبس

تعتبر رؤية القيم فى مثل هذه الأفكار نادرا، فهازالت الندرة أن تعم لصالحها. فهناك بعض الأفكار بحيث عندما تأتى إلى المثالية سوف تغزو معرفة العالم. و عندما تنفذ بمشروع واحد ( مشروع مقتبس أو فعل) ، سوف تتحول إلى قوة بحيث يمكن أن تسمح غير قابلة للغزو. فمثل هذه المحاولة للحياة، و يمنح المضى قدما فى تعلم جوهر المشروع الاجمالى المعرفة فى لمحة البصر. و من ثم، يمكن أن يتم تتبعها حتى يصل الانسان إلى أقصاه.



## مصدر القيم فى تشكيلنا الانسانى

نبذة عن الفصل

يتحدث الفصل عن القيم و ما الفرق بينها و بين القدرة و بين الموقف.

### محتوى الفصل

- « مصدر القيم
- « تناقض القدرة و القيم
- « تناقض الموقف و القيم
- « تناقض الشخصية و القيم و الموقف

### قوة القيم

تضاعف القيم قوة الفعل و نتائجه

### مصدر القيم

القيم تعكس أعلى التعبيرات للعقل و التفكير

تعتبر القيم الشخصية للفرد، و القيم العملية للحركة، و القيم الاجتماعية للمجتمع لانعكاس لأى مبادئ بالعقل و التفكير، و يمكن حتى أن يقال أنها جزء من المجال الروحى.

### مصدر القيم الداخلى

تأخذ القيم مكانا بالعقل تحت التفكير السليم لفيلسوف أو عالم رياضى و لكنها بأعلى عملية التفكير الميكانيكى التى تتحول الحقائق إلى فهم. فهى مفهوم عقلى لحقائق معينة و مثل بالحياة ممزوجة بحيثيات حيوية معينة لرؤيتهم يأتون.

## أين تنبت القيم بكياننا

هناك ثلاثة أجزاء للكيان: الجزء المادى، و الجزء الحيوى، و الجزء العقلى. فيعتبر الجزء المادى اللاوعى، فليس لديه احساس بالقيم. و لدى الجزء الحيوى العواطف و الأحساس، و المواقف، و مهارات الحياة. فاذا دعم قيمة ما بيوم، يمكن أن يعارضها على التوالى لأنه غير مستقر. و يحتوى العقل على عملية الحقائق من أساسها و المفهوم الخالص و التفكير الخالص بأعلاه. و بنصفه يكون العقل مركز لقيم و الأخلاق.

## هناك ثلاثة أجزاء للوجدان: الجسم المادى، و الجزء الحيوى، و الجزء العقلى.

### تناقض القدرة و القيم

القدرة من الجسد، فهى ما نحن بالفعل اكتسبناه كليا و القيم من العقل و الروح فهى من ما نطمح بالحصول عليه. تعكس القدرة القيم التى نقبلها نحن بالفعل كليا بالعقل مدعمة حيويًا و مجتازة جسديًا- فمثلا القدرة على الالتزام بالمواعيد فى الغرب، أو القيام بالأشياء على أكمل وجه، أو التنظيم، أو المحاربة بشجاعة. فما نسميه بالقيم مازال قدرات فى التحضير فمثلا الكرم، العطاء بلا حدود، والتحلي بوجهة النظر الأخرى، والصدق. فعندما تصبح هذه الحقائق أحاسيس وجدانية، يتم تحويلهم أيضًا إلى قدرات لقوى غير عادية.

## تعكس القدرة القيم التى نقبلها نحن بالفعل كليًا بالعقل مدعمة حيويًا و مجتازة جسديًا

### القيم و التقييم البشرى

قلنا نحن أن الانسان يتكون من ثلاثة طوابق الجسم المادى، و الكيان الحيوى العاطفى، و كيانه العقلى. ففى دورة تطوير الحياة على الأرض قد نمى الكيان الحيوى العاطفى من

الجسم المادى و نمى العقل من الكيان الحيوى.  
بالإضافة إلى ذلك، يمكن لكل واحد من الثلاثة طوابق أن يتم تقسيمه إلى ثلاثة جوانب، فعلى سبيل المثال، يتكون العقل من الجزء الأول الذى يدير عملية المعلومة المكتسبة من الحواس إلى الخواطر و الأفكار و تحتوى أيضًا على جزء أعلى بحيث يأخذ البيانات المجردة و الأفكار من الجزء السابق و يقوم بتعديلها و تكييفها مع عواطف الكيان الحيوى ليأتى بالمشاعر و المثل و القيم.

و خلال تشكيل الانسان، تعتبر هذه هى المرحلة التى تأتى منها القيم. ( من التسعة مستويات ، نسمى هذا المستوى الثانى. ففي المستوى ١ ، المستوى الأعلى بالعقل، لم يعد يرتبط مستوى العقل بمعلومات الحواس أو يتأثر بالقوى العاطفية التى تؤثر على الأفكار، و لكنه يرتبط بأفكار منطقية و تصورية، و الاحتمالات.

### وسط العقل كمصدر للقيم الشخصية

فى الجزء الوسطى للعقل، يكمن الجزء العقلى الحيوى اهتمامات الفرد، و أرائه، و مشاعره، و معتقداته، و قيمه، و مثله. فهنا تطور معرفة عمل الحياة بحيث تكون مفعمة بالمشاعر و العواطف. و تعبر القيم فى هذا المجال من العقل. فيعرض لوحة لرسم يبانى ذلك. فالشخصية تُعرف إلى حد كبير القيم للفرد. يعتبر تشرشل تجسيد للاعتماد على الذات و الشجاعة. فهنا تتشابك و تترابط القيم و السمات الشخصية مع بعضهما البعض لأن الشخصية تُعرف إلى حد كبير قيم الشخص الحقيقية.

### تناقض المواقف و القيم

تظهر مواقفنا الشخصية و قيمنا الشخصية إلى حد ما متشابهة. و لكن بالتحليل عن قرب أكثر، نرى اختلاف كبير، فلشخص ما، يعكس الموقف المزيد من سلوكنا الحيوى

و أفعالنا. بينما تعكس القيم المزيد من معتقداتنا العقلية التي من المحتمل أن تظهر في سلوكنا و من المحتمل ألا تظهر في سلوكنا.

فمثلاً، عندما نقول نحن متسامحين أو غير متسامحين، فهذا يعبر عن موقف إيجابي أو سلبي بشأن التسامح الشخصي للشخص. ولكن عندما أقول إنني أو من بالتسامح أو التفتح العقلي، إذن فأنا أعبر عن قيمة ما. و بهذه الطريقة، يحتوى العقل على الإدراك العقلي الواعى بالشىء كما تتبعه المثل أيضاً، و على النقيض تعتبر المواقف فى الأراء الحيوية التي تظهر من خلال سلوكياتنا و مواقفنا أقل وعياً.

يعكس الموقف المزيد من سلوكنا الحيوى و أفعالنا. بينما تعكس القيم المزيد من معتقداتنا العقلية

فمن الممتع أيضاً أن نلاحظ أن يمكن الشخص أن يُقدر التسامح و لايزال متسامح! فسوف تكون القيمة المثالية جزء لا يتجزء من سلوك الشخص، و ليس فقط فى نظام الاعتقادى لدى الشخص.

فمثلاً، سوف تنعكس قيمة الإيمان بالتسامح فى مواقفنا و أفعالنا الحيوية المتسامحة أو كموقف إيجابى ما.

فتعتبر القيم التي يتم ممارستها و تطبيقها من خلال مواقفنا و سلوكنا، إلهج مهارة الحياة بحيث تكون جذورها الروح.

### تناقض الشخصية و القيم و المواقف

تعطى الشخصية نوع الانسان الذى يكون به ، فالقيم هى ما يؤمن الفرد به و يتبعها بمشاعره العقلية. و تترسخ المواقف بالمشاعر و العواطف الحيوية للفرد و عاداتاً تكون تعبير عن الأراء العقلية التي تتعرض أن تكون عرضة للخطأ أو خاطئة. و يتم التعرف على القيم بشىء أكثر إيجابى، بعض المشاعر ذات درجة أعلى و اعتقاد، بل و المثل أيضاً. فغالباً تكون لها جذور روحية.

## القيم أعظم من السلوك

من الأفضل معرفة الشيء كقيمة من معرفته كسلوك، فمثلاً من الأفضل أن تكون ملتزم بالمواعيد بسبب تقدير الشخص للانضباط بدلاً من أن تكون ملتزم بالمواعيد بسبب أن قد تعلم شخص ببساطة أن يتصرف بهذه الطريقة. فالسلوك جيد و لكن تُعطى القيمة استفادة و قوة أعظم. فتملك القيم منطق أكثر للفرد لوعيه بشيء يتبعه أو يؤمن به

« يمكن أن نقول أن هناك قيم مادية، و حيوية، و عقلية، و روحية،

فتعتبر المواقف قيم حيوية و الأراء قيم عقلية، و الدوافع قيم مادية. ( فغالباً يمكن أن نقول أن القيم المثالية هي أسلم عقل أو حتى العقل الروحي )

## «القيم السلبية»

يمكن أن نقول أن هناك قيم ذات مستوى منخفض كشخص يدعم المرتبات. و لكن على النقيض ما نقصده في الطبيعي بالقيم التي تترسخ بأعلى العقل أو بالروح، و تترسخ تلك القيم السلبية بالأنا، و الجهل، و الكذب.



## المصدر الروحي و قوة القيم

نبذة عن الفصل

يتحدث هذا الفصل عن كيف تنشط و تنعش القيم روحك و تجعلك تعمل بمزيد من الشغف.

تأتى القيم الآن كمهارة روحية. فعندما تقوم بتطبيق القيم على كل شىء فى حياتك، سوف تجد تأثيرها فى كل شىء حتى فى دخلك.

### محتوى الفصل

- « المصدر الروحي للقيم
- « القيم و الروح
- « الحقيقة و القيم
- « القيم كمهارات روحية
- « القيم و الازدهار
- « قوة القيم للحصول على المال

يأتى إلينا الكون كقيم

### المصدر الروحي للقيم

تظهر الحقيقة الروحية عن القيم الروحية مثل الحقيقة، و الحكمة، و التماثل، و الوحدة، و السلام، و البهجة، و الحب، و الجمال. فيمكن أن نقول أنهم سمات أو قيم روحية. إذا اتجهنا نحو الوعي الروحي، يمكن أن نخوض تجربتهم مباشرة. ففي الطبيعي، نحصل على تلك القيم الروحية من خلال قيمنا الشخصية الفردية، مثل الإخلاص، التسامح، و الاعتراف بالفضل، و المشاعر الاجتماعية، و الإبداع، إلخ.

و من ثم يمكن أن نقول أن القيم مهارات روحية، الطريقة التي نقبض حالياً بها السمات

الروحية و القيم في دورة حياتنا اليومية. و تعتبر القيم كالاقراراف بالفضل و العطاء الذاأى فعلياً أأأرجح بين القيم الرحية ( مثل الحب ) و القيم الشخصية.

### القيم كمهارات روحية

بالرغم من أن الروح في إشراقها الأصلى أأأ الأهلأاف ذى مرأبة عالية، أكون قيمها من الصأق، و الإألاص، و الصراحة، و النظافة، و السأوت ما يمكن الآن أن نعرفه و نأبعه. و من ألال الأأزام بهذه القيم، يمكن للشأص أن يأأى بأوة الروح لأعامل مع الأياة. فيمكن للقيم الأى أعتبر مهارات روحية فعلاً أن أزيد الأأأج بأائة مرة أو أكأر.

### الأوة الوأية القيم الأى أكون مهارات روحية

بما أن القيم مهارات روحية، أأعامل الروح من ألالهم و أأأى بأأأج بلا نهاية في وقت لا يُأذكر.

## القيم و الروح

أأأشر القيم على نحو مرأيد أوال العالم فمألاً أأأ « الأأأ عن الأأأاز » أأ أعي إلى أأكين الموظف بالأعمل منذ ٢٥ عام. و أأ أم أأعيم قيم أأيدة مثل أأأرام الفرد و الأأامأ و أأأأها بمنأأأأ أأأرة.

أأأأس ألك القيم الأأأأة أأأأة القيم الأأأة الأى أكون مأأأة مثل أنا أأأر الأأأمع، و معلوماأ الأأأأأأ. أعتبر القيم أنماط أعلى للوعى العألى بأأأاه الوعى الأنا العلىا و إألاق الروح.

وصف سرى أوروأأأأو في « الأياة الأأأة » ما أألق علىه « الأأأأأأ الكومأأأة » بأأأ يقصد الإله بالأوة، و السلأة، و الصراحة للشر عبر الكون في عملأة الأأق.

فبالنسبة لنا، فتأخذ نمط كالجوانب الروحية للكيان و التماثل و المعرفة، و السلطة، و الحب، و الجمال، و الإبداع، النعم، و العديد من الآخرين. فعندما نتبنى قيم، فنأخذ فعلياً واحد أو أكثر من تلك الجوانب الروحية.

تعتبر القيم أنماط أعلى للوعى العقلى باتجاه الوعى العقلى فوق العادى و اطلاق الروح.

فمثلا إذا كنت المدير الذى يسعى إلى الحصول على معلومات للآخرين، فتعكس هذه القيمة التماثل ( بين الأفراد)، و إلى حد ما المعرفة و الحب. و بهذه الطريقة، يمكن أن يتم رؤية كل قيمة وفقاً لهذه الجوانب الروحية. ( فمنذ وقت ما، قد قمت بعمل دراسة ربط قيم الإنسان بتلك السمات الروحية وفقاً لنسب مئوية. )

ففي كل مرة، نتبنى قيمة إنسانية، نأخذ خطوة دقيقة نحو جانب و أكثر من الروح.

## أصل القيم

تعتبر القيم روحية بالمعنى، فتنبت من أعلى مستويات الخواطر و العقل متسعة على الجانب الوحى. فقد قال سرى أوروبيندو، عن الحكيم و العراف الهندى، بأن يأتى إلينا الكون كقيم.

القيم كمهارات للعقل الأعلى (الروح)

يمكن أن يتم وصف القيم كمهارة العقل الأعلى (الروح)  
القيم هى مهارات الروح

قيم الحياة بمثابة انعكاس للروح

تأتى المعرفة الروحية لروح الباحث الهندي للكثافتها كقيم الحياة.

## الحقيقة و القيم

لم تكن الحقيقة مجرد وقائع، فهي تهرب من العقل العملى. ففي الواقع، تعتبر الحقيقة وجود موضوعى. فتنكشف الحقيقة بالنسبة لشخص، لأن لوجود الذاتى هو الإخلاص أثناء الشعور بالألم كله، و فى كل الثقافات، تُسمى بالقيم.

### ترجمة الروحانية بمثابة قيم مكان العمل

يمكن أن تترجم الروحانية إلى قيم مكان العمل مثل: استهلاك إمكانياتنا، و الانتباه، و استخدام التكنولوجيا المتاحة من أجل استغلالها، و تجنب و تلاشى النفايات الغير متجنية بنظام مناسب، و توفير كل دقيقة من الوقت يمكن توفيرها. إلخ.

### القيم الوقتية بمثابة قيم روحية أساسية للتعبير/ صفات

تأتى كل القيم الإنسانية وقيم الحياة الوقتية من ١٢ قيمة خالدة بالوجود بحيث تُشكل صفات أو خصائص الوعى الروحى السليم: الغير نافية، و الخلود، و السلم، و التواحد، و الصراحة، و الصلاح، و المعرفة، و السلطة، و الجمال، و الحب، و النعيم. من هذه القيم تُشرق ١٢، ١٢٠٠، أو ١٢٠٠٠ قيمة، تعبر كل واحدة عن المبدىء الروحى الأعلى بالحياة. فمثلاً يتم استخراج كل القيم المرتبطة بالنزاهة و الإخلاص و الدقة و الموضوعية، فتأتى كل القيم من الإرادة الجيدة، و الإحسان، و الرحمة، و الشهامة التى تُستخرج من الصلاح

ففى التقاليد الروحية للهنود، يُشار إلى الحقائق الروحية المطلقة الكيان- الوعى- النعيم. فتعتبر الحقيقة الروحية المطلقة كيان سليم. فالكيان هو الوعى و الوعى للكيان و الكيان للنعيم و هكذا، و الخلود، و السلم، و الصمت، و التواحد، و الصراحة جانب

من الكيان السليم. و تعتبر المعرفة ، و الصلاح، و السلطة من جوانب الوعي، و يعتبر الجمال، و الحب، و المرح من جوانب النعيم.

تعتبر متابعة قيمة واحدة أو أكثر من تلك ١٢ قيمة جوهر كافة الطرق الروحية بغض النظر عن أهدافهم، وأنماطهم، و وسائلهم. فيعتبر دمج هذه القيم بالحياة أعلى من جميع مهن الإنسان. فمن أجل تكوين هذه القيم بحياة شخص، المتابعة لها طول الوقت بحيث تكون اليوجا التي توحد حياة الإنسان بالروح.

## قيم و قوة الروح

يمكننا أن نوظف قيمة ما من القوة الروحية شاملة الانسجام، و التواحد، التماثل، و الكمال، و الاعتراف بالفضل، و العطاء الذاتى، و السلم (الروحى)، و المساواة، و الجمال (الإله)، الحب، و الصراحة، و المعرفة المتكاملة، و قيم أخرى. و نعرف القيم العملية بالحياة مثل الصدق، الاعتماد على الذات، و التفتح، و التسامح، و التنظيم، الاستفادة إلى أقصى درجة، و الانتباه، و التحسين المستمر، و البساطة، و احترام الآخرين، إلخ و يمكن ربط كل قيمة إنسانية بقوتها الروحية المناسبة.

الترابط مع الروح لتمكين المهارت الروحية، مثل القيم.

إبراز الخلود من الوقتى يبرز روحه، و إثارة اللانهاية من النهاية يفعل نفس الشىء، و يعتبر التغلغل بالأعماق و تجميع القوة بالأعلى أدوات مبتكرة لهذه التحركات التي تظهر للآخرين من خلال المهارات الروحية مثل القيمة الشخصية فى الحياة.

القيم بالطابق الدقيق النظامى و الروح بالطابق الغير نظامى

تأخذنا القيم إلى طابق دقيق، و تأخذنا عبادة الإله الداخلى، و الروح، و الكيان الأكثر

عمقاً، البراهمي إلى الطابق الغير نظامي.

## القيم الإنسانية للقيم الروحية للجوهر الروحي

بالرغم من أن في الغرب، قد قمنا بتنظيم الطابق المادي إلى درجات محدودة على اللانهاية، قد أصبحت الغالبية نتيجة العقل محدود في الأفق فيرى الطابق المادي محيطاً فقط بالتعامل مع الطابق الحيوي، مثال الاحتياجات الحيوية للناس و الإنسان أو المثل العقلية و القيم تزداد بحيث تأخذنا إلى أعماق الصراحة لتصل إلى ذروتها في الروح.

يمكننا أن نتجه فعلاً إلى أمام لسد الاحتياجات الحيوية من خلال النهوض إلى المشاعر و القيم و المثل العقلية.

و لكن من المحتمل أن لا يكون هناك تحرك جماعي في هذا الاتجاه حتى نسقط بدنيتنا.

هل هناك طريقة إيجابية بدون مأساة لتدعيم مثل هذه القيم العقلية التي سوف تُساعدنا على تطوير مجتمع دائري وراء تحرر الوجود المادي اللانهاية؟

توجد طريقة واحدة من خلال تصاعد أحد الرواد الذي يعكس تطلعات المجتمع التي يتم إدراكها و التي لا يتم ادراكها المجتمع من أجل التوجه بهذا الاتجاه.

و حالياً نرى مثل هذه القيم يتم استغلالها في العمل، فقد أصبحت إحدى الظواهر على وعى بها هناك. فمن الممكن أن تنتشر من هناك إلى المجتمع المتسع كما تعلمت الناس دروسها و قاموا بتطبيقها على المجالات الأخرى بجوانب الحياة. يمنح التعليم على نطاق أكبر من هذا، بحيث أن يمكنه أن يصبح المعبر الأساسي في هذه العملية.

عندما نقوم بالانضمام إلى هذه القيم، نتخذ خطوات صغيرة و لكنها أساسية باتجاه الروح.

و بهذه الطريقة الآن نحن نتجه سريعاً اتجاه الروح. و مازالنا يمكن أن نتجه أقرب من ذلك اتجاه الروح بدون الاستنفاذ المباشر للجوهر الروحي الخالص من خلال تطبيق القيم الروحية مثل العطاء الذاتي، و السكون، و الإرادة الصامتة، و العمل بوجهة النظر الأخرى، و الانسجام، و الاعتراف بالفضل، و القيم الأخرى.

فمن المحتمل أن تكون تلك القيم الروحية بحاجة إلى أن يتم اكتشافها و تطبيقها الكامل قبل إمكانية اكتشاف الجوهر الروحي الحقيقي و تحريرها بشكل جماعي بالعالم.

و يمكن أن تحدث طريقة إيجابية ما من أجسامنا و بعيد من إمكانياتنا الكاملة بالترتيب التالي: اتباع القيم الإنسانية و تطبيقها، و الوعي بالقيم الروحية العليا، و الانفتاح على الجوهر الروحي الخالص بشكل شخصي و بالتالي بشكل مجمع.

## القيم كهارات روحية

تعتبر قيم الوعي الأكثر ارتفاعاً التي يمكن أن تتحرك من الطابق التالي الأكثر ارتفاعاً.

### الموقف لاكتساب القيم

يعتبر الموقف الذي يساعدنا على اكتساب القيم موقف يكمن هناك بالروح بجانب كل شىء.

### القيم ترفع العمل إلى الطابق الروحي

رفع القيم التي تعتبر مهارات للروح الظاهرة في العمل البدني من الطابق الجسدي إلى الطابق الروحي.

### القيم و الروح

اتباع القيم بشكل جاد، يأتي الشخص بقوة الروح بلا نهاية لتحمل الحياة.

## القيم و المهارات الروحية

بالرغم من أن الروح في انطلاقتها الأصلية أحد الأهداف المرتقعة، تعتبر قيمها الأمانة، والإخلاص، و الصراحة، و النظافة، و السكون ما يمكن الآن نعرفه و نتبعه. فمن خلال اتباع تلك القيم بشكل جاد يمكن للشخص أن يأتي بقوة الروح بلا نهاية لتحمل الحياة. فيمكن للقيم التي تكون حقيقياً مهارات روحية أن ترفع نتائج العمل لمئات المرات أو أكثر .

## و توسيع مفهومنا وخبرتنا بالكون عن طريق القيم

قال سري أوروبيندو إن الكون يأتي إلينا كقيم، مهما كانت القيم التي نسعى إليها كانت الكون لنا. وهذه الطريقة يمكن أن يتسع مفهومنا عن الكون و تزداد بكل دورى خبرتنا عن الكون لدينا.

فيمكن للقيم التي تكون حقيقياً مهارات روحية أن ترفع نتائج العمل لمئات المرات أو أكثر

## تطبيق القيم الفعالة

يعتبر الهدف من الحفاظ على القيم بالعقل أن تنفيذ القيم يقوم بتنشيط و تفعيل أى شىء يتعلق بها. فبالنسبة للفرد، و الالتزام بالقيم و تطبيقها يحرر طاقات فاعلة الجاذبة دائماً للنجاح و الانجازات، و الرفاهية. و نفس الحال بالنسبة للشركات، أو المؤسسات التي تتبنى و تعمل بالقيم، فيصبح الأفراد العاملين بمنظمات فعالين، بحيث يقومون بخدمة العملاء و القيام بالمنتجات و الخدمات الخاصة بالمنظمة، و كل شخص و كل شىء مرتبط بالمنظمة.

تنبع النتائج الكمية و النوعية السريعة من تطبيق القيم  
فمنذ آلاف السنين، كان الانسان عبارة عن جسد، و حياته بدائية

و قد ظل حيا و اليوم قد قام بتعدد وسائل راحته، تعته، و الوصول، و الامتياز بمئات المرات أو حتى ألاف المرات. فقد أصبح التقدم في الألفية الواحدة اعتيادى و حدث هذا بسبب تحرك الانسان من أن يكون جسدى إلى أن يكون عقلى و بالرغم من أنه لم يكتسب بعد حياة بشكل عقلي كاملة، و حياة منطقية إلا أنه من المؤكد أنه تحرك بعيداً عن الحياة المادية الجسدية إلى الحياة الحيوية. فتقبل كل من الجسد و الحيوية مرشد العقل على الأقل في الأمور المادية. و من ثم، يمكن أن نقول أن الإنسان اليوم إنسان عقلي.

إذا كان التوسع الهائل هو نتيجة التحرك من الجانب المادى إلى الجانب العقلى، يمكن أن يأتى التحرك من الجانب العقلى إلى الجانب الروحى بتوسع هائل آخر بنفس القدر. و علاوة على ذلك سوف تتسع حياة اليوم فى رفايتها و سلامتها الداخلية، و أمنها الخارجى، و انسجامها، و على وجه الخصوص ازدهارها ألاف المرات.

بالرغم من أن الروح فى انطلاقتها الأصلية أحد الأهداف المرتفعة، تعتبر قيمها الأمانة، و الإخلاص، و الصراح، و النظافة، و السكون ما يمكن الآن نعرفه و نتبعه. فمن خلال إتباع تلك القيم بشكل جاد يمكن للشخص أن يأتى بقوة الروح بلا نهاية لتحمل الحياة. فيمكن للقيم التى تكون حقيقياً مهارات روحية أن ترفع نتائج العمل لمئات المرات أو أكثر .

نعتبر المال كشيء مستخدم، روحياً، يعتبر المال القوة الإلهية. فسوف يبدأ تدفق المال بدون توقف عندما يتم تدعيم المال الذى نستخدمه بالقيم الروحية، و لكن يجب أن تكون الجهود حصرية و تسعى إلى الكمال.

و يمكن تطبيق قائمة طويلة من القيم الروحية فى شركة ما، فيعتبر الانتباه بمتطلبات الآخرين جميعهم فى الشركة بدلاً من المتطلبات الخاصة بشخص قيمة روحية بحيث يمكن أن تحول شركة بها خسارة إلى شركة مربحة بالشهر التالي. فتكون نتائج القوة

الروحية عندما يتم تحريرها في الأفعال من خلال صدق داخلي صريح لحظي.

## قوة القيم فى الحصول على المال

يعد الحصول على المال فعلي سبيل المثال أى فعل آخر فى الفوز بالانتخابات، أو النجاح بالامتحان، إلخ فتكون مكونات الفعل التى تأتى من الاهتمامات و الأهداف التى تعطى الاتجاه و التنظيم من مكان انطلاق القوة و المهارات التى تحول الطاقة إلى نتائج.

و كل مكون من المكونات يحدد قيمة المال المكتسبة، و لكن يعتمد الاكتساب نفسه على وظائف متوافقة لكل هذه المكونات. و ليس هناك شىء من هذه المكونات يمكن الاستغناء عنه أو يتم تزويده بنصف المعايير. عندما تكون كل المكونات بشكل كافى متواجدة و يتم تنظيفها بشكل توافقى. فتقوم قيم كل مكون بتحديد النتيجة، و المال المكتسب و هذا يرجع إلى أن القيم روحية.

يمكن للشخص الذى يحصل على ١٠,٠٠٠ أو ١,٠٠٠,٠٠٠ فى الشهر الواحد أن يزيد هذا الدخل خمسة مرات إذا قام بتقديم القيم لكل مرحلة و بهدوء قام بزيادتهم إلى الحد الأقصى. و بهذا النهج، سوف تصبح الشركة التى تخسر فى اللحظة مربحة. و يمكن أن تزيد الأرباح بالاضافة إلى ذلك من خلال زيادة القيم أو التنظيم الأفضل أو توظيف أى أساليب أخرى تحتاجها الشركة.

يمكن للشخص الذى يحصل على ٦٠,٠٠٠ أو ٦,٠٠٠,٠٠٠ فى الشهر الواحد أن يزيد هذا الدخل خمسة مرات إذا قام بتقديم القيم لكل مرحلة و بهدوء قام بزيادتهم إلى الحد الأقصى.

فليس هناك عمل بمكان لا تزيد به القيم، فيعتبر الانتباه، و التنظيم، و الإدراك، و النزاهة، و الصراحة، إلخ فقط قيم قليلة نعرفها. فيمكن أن تكون القائمة بلا نهاية.

فالأسرة التي يعولها أحد الأشخاص التي تكون أولوياته قيمه الأنانية لممارسة رغباته الخاصة به.

إذا قرر أن يتماشى مع احتياجات الآخرين قبل أن يتماشى مع احتياجاته الشخصية، سوف يمارس قيم مجردة من الأنانية، يمكن أن يقرر أن يمارس العطاء الذاتى الذى يعنى ممارسة كافة الأشياء من أجل التماشى مع احتياجات كل شخص التى تكمن بنطاق واجبه أو لا تكمن. فلاحقاً سوف يرى تدفق من الدخل.

سوف يكتشف أصحاب الشركات الذين يتخذون النهج المرتب لما قد كانوا يبحثون عنه على وجه العموم مثال سوف تظهر إبرة فى كومة قش من نفسها.

فالقيم روحية، فيمكن أن يكتسبوا كم هائل من المال الجيد.

الثروة تأتي من الداخل بناء على قيمة الانسان

فتأتى كل الثروات من الحالات الداخلية، و لكننا نحصل عليها كحالة ممنوحة من الثروة من العمل الخارجى. فتؤسس ثروة شخص على مفهومه الخاص بقيمة الإنسان و تتناسب معه.

القيم الشخصية و الروحية فى العمل فتندرج كل القيم تحت القيم الشخصية، فهل يعتبر الغرض من العمل تحسين الحياة أم تهدئة الأنا لشخص؟ فمعظم الناس، تكون مزيج ما بين الاثنين مثل القيم المفيدة بالاضافة إلى الأنا. فالخدمة الخالصة القائمة على القيمة نادرة بشكل حقيقى. فمن أجل خدمة الإله من واحد إلى مليون، إذا كان هذا لخدمته فهناك قبضة على الأرض.

## القيم

نبذة عن الفصل

هذا الفصل يأخذنا عميقاً إلى القيم و كيف تغير القيم شكل كل شيء. يتحدث هذا الفصل عن الثقة و كيف يمكن للثقة أن تساعدنا في تطوير أفضل بوظائفنا و كيف نكون منضبطين في مواعيدنا و كيف يتغير هذا الانضباط بمرور الوقت إلى فعل مستمر، و يتحدث عن البساطة و تكون البساطة مهمة و تعلم هذا بشكل بسيط أقل من الأكثر. و بالتالي في النهاية يتحدث الفصل عن القيم الروحية و كيف يؤثر هذا على حياة الإنسان و كل شيء حولنا.

## محتوى الفصل

- « كيف عادةً نكتسب القيم.
- « الانضباط بالمواعيد.
- « الانتظام
- « البساطة
- « القيم الروحية
- « القيم في الحكومة

## كيف عادةً نكتسب القيم.

قد تم منح القيم التي تمكن الشخص من تحقيق أهدافه بشكل أساسي من قبل أسرته و بشكل ثانوي من قبل مدرسته. و لاحقاً تمد وظيفة الشخص بالقليل من القيم و على الشخص أن يختار أو يتعلم القليل من القيم.

الشخص يمكن أن يتقدم من خلال التركيز على المثالي.

## القيم المثالية

يتم إدراك القيم عندما فقط تكون مثالية و ليس عندما تكون جزئية. فما يجعل قيمة ما مثالية هو أن الوصول إليها بأعلى درجاتها لا يشبه شائبة، و غياب ما للمجموعات الشاملة يأتي لصالح المثالية إلا إذا كانت القيم مثالية، لم تصل إلى شيء (مع استثناءات قليلة).

## المهارات و القيم

تعتبر المهارات المكتسبة لكي يستخدمها الفرد عندما ترافقها القيم مثل : النظافة (تلطيف الورق، إلخ)، و الترتيب، و الانضباط بالمواعيد، إلخ، و الانضباط الشخصي للعمل. فتتضح الطاقات في كل طابق إلى مهارة عمل في عمل فردى و تنسب كل نتائجها إلى الفرد عندما يتم استدعاء القيم و النظم للعمل بها.

القيمة هي شخصية الشيء التي يمكن أن أن نقوم بربطها بكل شيء لديه شخصية خاصة به. تُسمى شخصية الشيء المادي « القيمة المستخدمة»، و نسمى الشخصية الحيوية « القيمة الممتعة»، و نسمى الشخصية العقلية « قيمة الاستيعاب»، و نسمى الشخصية الروحية « قيمة التقدم نحو الإلهية» و كما قمنا بربط الشخصيات المختلفة بالقيم، فيؤدي الشيء إلى النتائج.

## القيم تعطى معنى

بتفسير ما قد نشأت القيم الشخصية بسبب عدم رضا الناس بطريقة الحياة في وقت ما. فشرع بأن قد منعت الرؤية المادية، « التي تتماشى مع رؤية جون» للحياة الكثير جدا ممن قد كانت تقدمه الحياة.

و على الصعيد الآخر، ترى أيضا الأطياف الدينية حدود حياة مادية فقط. ففي المثالين، هناك تحرك من الرؤية المادية إلى رؤية أكثر عمقاً تعبر عن القيم مثل: الحرية، والإبداع، و تعدد الثقافات الهيبين، و المشاعر اتجاه المجتمع، والإيمان، و القيم الأسرية الدينية. و من المؤكد أن يخلق كل جانب حدوده الخاصة به بحيث يكون الكم اللازم للقيم غير متواجد أو لم يتم تطبيقه بالتوازن الصحيح. و لكن يقنع الناس أن القيم تعطى للأشياء معنى في أغلب العالم المادى الفارغ.

و كما أن اكتشفت الناس القيم النفسية، و الاجتماعية، و الروحية، يمكن للشخص أن يقوم بتجربة المعنى، و الغرض، و القدرة، و القوة، و البهجة الأعظم الأبدية في الحياة المعيشية.

## القيم، و النهوض، و الهبوط

تمكن القيم العليا الراسخة في منطقية و عقلانية العقل بأعلى الأفعال الصحيحة بالطوابق بالأسفل (مثال: أنت تقدر الأمن الذى يمكنك من اتخاذ القرارات لتحسين الحالة المادية لهؤلاء المحيطين بك).

الثقة

كيف تخلق ثقة المال ثروة أعظم في المجتمع؟

كيف يتم عمل ثروة أعظم في المجتمع؟

يعتبر المال عبارة عن بضائع ، و لهذا أيضاً يعتبر المال ثقة. فاليوم تدهورت القيم على جانب ما، و على الجانب الآخر، تقوم المصارف بتغطية أكثر من ٩٠٪ و غالباً ٩٣٪ من قروض العملاء.

قد تم تصنيع المال كوسيلة للتبادل، فقد تعرض دائماً ثقة الإنسان في العملة و الحكومة

و تعتبر تلك الثقة، على التوازن، أكثر اليوم. و لهذا فهناك الكثير من الأموال في دورة الحياة، فالاجابة مبهمه.

و بشكل فردى، يمكن أن يرى الشخص الآن الذى يتفاءل بأن حالته أفضل، و يكون الشخص الذى ينتفع بمخططات زيادة الثقة أن حالته أفضل بحيث يرتفع بارتفاع ثقة الدولة. و يعتبر هؤلاء جميعا الذين قد ارتفعوا بشكل سريع و مفاجىء أشخاص أعمالهم موثوق بها. فتعتبر طريقة واحدة من أن تصبح مزدهراً أن تزيد من مستوى ثقة في حياتنا.

سر الثقة

الإيمان قى معتقداتنا هو سر الثقة. ( كرميوغى )

التجانس

قم برؤية إلى الأفكار على التجانس، و التوحد، و الوحدة للفرد.

و أيضا قم برؤية مقالات لتوحد الحياة، و الوحدة في التنوعات.

الانضباط بالمواعيد

الانضباط هو المثالية في الوقت، و من ثم تعتبر قيمة.

الانضباط هو قيمة الوقت

عن الانضباط و الآخرين

يجعل الانضباط الشخص يفكر بالعمل بأهمية أكثر من الرجال الآخرين باحترام

للعمل، فمن ثم تقوم بالامتداد الشخصية فيعتبر الانضباط مجرد من الأناية في تجميع الوقت.

تقدير الوقت للآخرين من خلال انضباط الشخص

يُسمى الانضباط بالمواعيد بسلوك الأمراء، فيكون الشخص منضبط في مواعيده بسبب تقديره لوقت الآخرين الذين ينتظرون العمل.

الانضباط و التوقيت في العمل

في الوصول إلى العمل في الميعاد المحدد، و الرجوع من وقت الراحة، و من وقت الغذاء، و التوجه إلى الاجتماعات، و في الرد على الجوابات و المكالمات الهاتفية، و في دفع الفواتير بالميعاد المحدد، و التواجد بأكثر الأوقات المناسبة.

الانضباط كقيمة اجتماعية عظيمة

و يعتبر الانضباط، الذي يتم إتباعه في الغرب كسلوك الملوك، قيمة اجتماعية عظيمة بحيث لا أحد سوف يخالفها أو ينقطع عنها. انظر إليها على أنها ليست قيمة ما اجتماعية، و على أنها قيمة عامة.

فماذا تجد؟

وسيلة لكل شخص لاحترام كل شخص آخر.

يرتبط الانسان، من خلال الانضباط، بالوقت، و مجال العمل.

فالتوجه من المجتمع نحو العمل شيء عظيم و إضافة إلى ذلك يعتبر التوجه من العمل إلى الوقت كالتوجه من الطابق المادى المجل إلى الطابق البالغ للمعرفة. و تم اكتشاف

من الأساس الانضباط من قبل رجال قد أدركوا الثقة البالغة في العمل الإجمالى. فبمعايير المثالية، تتحقق أى ذبذبة بشكل كامل، تحرك المثالية فى الانضباط العمل من طابق القيم إلى الطابق الغير نظامى للعقل الفائق الذى يحتفظ بالوجود المستمر على الوجه المطلق.

يمتلك فوغ فيليس حول العالم فى ٨٠ يوم مساواة بحيث تكون روحية. و تجعلك هذه المساواة تكسب الرهان، فقد أقتبس بالانضباط بالمواعيد و جعلها فى مقالات للثقة. و يتم اتخاذ انضباطه المادى إلى أقصى المثالية و تمنحه المساواة الروحية التى منحتها مناعة ضد أى شىء فى الحياة.

هل تعرف أصل هذه القوة؟ فقد مر بالكوارث، و العواصف، و المعارك، و العوائق الغير متوقعة لكل نوع و مازالت تتضمن القوة الروحية التى تنبع من المهارة المادية للانضباط له النجاح. إذا كان قد فهم فهو أن قيمة الحياة للمهارة المادية كموهبة روحية، سوف كان قد تم ضمان النجاح له بدون حصد كل هذه العوائق فى الطريق.

فهذه هى الفرصة التى تنتظر الغربيين.

الانضباط كقيمة غربية

القيم الغربية فى الصناعة، و النظافة، و الترتيب، و الدقة، و الانضباط، و الصدق، و الشرف، و التنظيم، و احترام الذات، و الاعتماد على النفس. فجميعم قيم عالمية.

يوم ما من الانضباط

قم بتنظيم يوم من الانضباط فى البيت أو المدرسة، فسيكتشف الولد أن أعمال ثلاثة أيام قد تم القيام بها فى يوم واحد. و ستكون أول مكسب أن العمل سوف يكون انسيابى. و سوف يكون هناك غياب كامل للتوتر، و سوف يرى أن هناك وضوء أقل. و عندما

لا تحاول تحقيق قيمة الترتيب سوف تظهر في المعايير من تلقاء نفسها.

و سوف تصل الشكاوي إلى الحد الأدنى أو سوف تختفى. و سوف تسمع أصوات»  
كيف سيكون من اللطيف إذا كان كل يوم مثل هذا اليوم؟

فيمكن أن يرى الشخص أن الأعضاء يتسمون رغماً عنهم. و سوف تكون الحياة إلى حد بعيد مفرحة. فأتمنى أن بعض المنظمات تقوم بتنظيم أسبوعاً ما من الانضباط الشامل في بعض القطاعات و الشركة، و معايير الأداء.

فسيكون التحسن مرئياً، لماذا؟ فالانضباط هو تنظيم للوقت، والوقت يتماشى مع المكان، والانضباط يوفر الوقت، والوقت عبارة عن طاقة، و الوقت عبارة عن مال، و الوقت يوفر تقلص المكان. و من ثم ترتفع الكفاءة، فمن أجل القيام بالمزيد بكفاءة أقل، فتؤثر الكفاءة بشكل فعال على الشخصية، فتولد الثقة الذاتية التي تعنى كل شىء.

إتمام مهارة ما أو قيمة ما واحدة مثل الانضباط

في كتاب الاختلاف الحيوى، يمكن أن نرى عملية استكمال و إتمام قيمة/ مهارة واحدة، في هذه الحالة الانضباط، الذي يُمكن الفرد من أحد الاتجاهات التي لا تُذكر إلى المرتفعات بالشركة.

الانضباط و الشركة

يوفر الانضباط الوقت للشركة بأكملها.

الانضباط كقيمة ممزوجة

يدفع الانضباط بالمثل الشعبى: « الانضباط روح العمل » فبدون الانضباط لا يمكن

أن يتم تنفيذها، لا يمكن أن تكون الكفاءة مرتفعة، و لا يمكن أن تكون الأسعار منخفضة، و لا يمكن أن تصل الأرباح إلى أقصى أحد. فلا يعتبر الانضباط، كما واضح كما يمكن أن يظهر، في بداية العمل، و ظور الاجتماعات، و إتمام الجداول الزمنية، و الرد على الخطابات، و الرجوع إلى المكالمات الهاتفية، و إنتاج المنتجات، و حضور مكالمات المبيعات، و شحن البضائع، و فواتير العملاء، و حفظ الحاسبات، و دفع الفواتير شائع كما يمكن أن يفكر الشخص.

قامت مجلة جينرل ميلس للأسرة بالعدد الأخير عرض هذه النقطة بشكل كبير في مقالا باسم « ماذا يفعل الوقت في بدء الاجتماع الساعة العاشرة؟ » فتتطلب مجهود شامل و دائم للشركة بأكملها من أجل بقاء هذه ببساطة قيمة ممزوجة.

الانضباط يعتبر الازدهر الوافر.

الانضباط و الازدهار

يعتبر تزايد الانضباط مؤشر للازدهار.

الانضباط و الأرباح

الانضباط هو الربح المباشر.

يقوم الانضباط بتحويل المهام الخاسرة إلى مهام مربحة.

الانضباط كمنظم

الانضباط هو منظم بمسوى الامتياز.

## الانضباط و روح الوقت

يعتبر الوقت أحد الألهة، فالانتباه إلى الوقت يثير الروح وراء الوقت، فيشير تنظيم الوقت بالعمل روح أعلى للوقت. فالوقت بعمل ما تكرم، و بعمل آخر يكون تعاون. و يمتدد التعاون على كافة أرجاء الشركة مثيرة روح الوقت لشركة يعتبر الانضباط بجميع مستوياته بشركة ما حيث يتعاون ما العمل الروح الأكثر علو لوقت الشركة. يمكن للعمل الذي تم القيام به في شركة متوسطة من ٦ إلى ١٢ يوم بفخر أن يتم القيام به في شركة ما حيث بانضباط الموظفين في نصف يوم، توفرا للوقت الذي يعد مال، و هنا يوجد ١٣ مرة توفير سوف تزيد أى شركة تتبع الانضباط بفهم والتزام كامل من أرباحها خمسة أو ست مرات، فسوف يتم توفير الوقت إلى الحد الأقصى.

## الانضباط هو الربح المباشر

يقوم الانضباط بتحويل المهام الاسرة إلى مهام مربحة.

الانضباط هو منظم بمسوى الامتياز.

قل أن الانضباط هو سلوك الملوك.

الآن يمكن أن نقول أن الانضباط هو العلامة المميزة لنجاح بلا فشل.

## الانضباط و التنظيم

الانتباه الأكثر إلى الحاسبات التجرية، و مستوى أعلى من التنظيم، الانضباط، إلخ فجميعهم أنماط أكثر اتفاعا للتنظي الشخصى الذى يجذب ردود فعل الحياة الايجابي.

قيمة ما أعظم من سلوك ما

من الأفضل أن تعرف شيء كقيمة ما أكثر من سلوك ما فمثلاً، من الأفضل أن تكون منضبط بسبب تقدير الشخص للانضباط وليس بسبب قد تعلم الشخص ببساطة أن يتصرف بهذه الطريقة. فالسلوك جيد و لكن تعطى القيمة استادة و قوة أعظم و قوة مستدامة.

نقص الانضباط

من المحتمل أن يتسبب السائق الماهر الذى تنقصه قيمة الانضباط فى غياب موظفه من اجتماع حاسم أو يضيع منه فرصة عظيمة.

الانضباط و التنظيم العقلى

يعتبر الانضباط إرادة التنظيم العقلى بحيث جميع الأجزاء الأخرى من شأنها تتقدم.

حول الاضباط

فى العمل يجب أن يكون هناك قاعدة ما و تنظيم ما و الانضباط بالقدر الممكن بما يتفق بالوقت

(سرى أوروبيندو)

الانضباط و الراحة

تقوم كل الحركات الايقاعية و كل هذه الحركات بتسهيل مثل هذه الحركات ( مثل النظافة، الترتيب، الانضباط، التنظيم) التى تعتبر خط سير الحياة لهذه الطريقة من الحياة.

( مثل الراحة، و ردود فعل الحياة )  
الانضباط و الفرد ذى أهمية هنا يوجد مثال على كيق يتغير الفرد إلى الانضباط و فى  
العملية يغير حياته.

التنظيم

التنظيم

أن تكون منظم قوة عظيمة، يمكن للشخص اجتياز مرة واحدة و بحركة واحدة.  
(سرى أورويندو)

العمل الثابت و المنتظم

من أجل لعمال يعتبر الانتظام و الثبات ضروريين بنفس مستوى المهارة، فمهما كنت  
تفعل ، قم دائماً بفعالها بحرص .  
( ذا مذر )

الانتظام فى العمل

فى العمل يتعلق الانتظام بالاجتماعات، و التقارير، و مكالمات المبيعات، و مراجعة  
الأداء، وهكذا.

محل ثقة ( القدرة على الاعتماد عليه، الجدير بالثقة )  
حول ائقة و أن تصبح انسان .

يصبح الشخص انسان بمعايير الثقة به .

لكى تكون انسان يجب أن تكون محل ثقة .

الثقة و علاقات البشر .

الثقة هي آخر كلمة ي علاقات البشر.

## تعريف القدرة على الثقة في العمل

الطريقة التي ينتج بها النظام أو الأشخاص بشكل دائم نفس النتائج، غالباً ما تتماشى مع مواصفاتها أو تتجاوزها. القدرة على الاعتماد عليها.

التفانى للروح و الثقة

يعتبر الاخلاص الأقل للإله ربيع خالد لثقة إلى الأبد

ليس محل ثقة و لا يمكن الاعتماد عليه، و غير أمين

عدم القدرة على الثقة و الاعتماد عليه بديلاً للعدم الاخلاص و تحمل الأمانة.

رجال موثوق بهم و رجال غير موثوق بهم

يكونوا الرجال الموثوق بهم عادلين، أما يكونوا الرجال الغير موثوق بهم

خائنين.

عدم القدرة على الثقة و الاعتماد على شخص تنفى الخير

تلغى القدرة على عدم الثقة و الاعتماد على الشخص السلوك الصالح.

## البساطة

### حول البساطة

تعتبر البساطة القوة الهائلة إلى حد ما للاتزان الداخلي التي لا تهتم بالمظهر الداخلي.

### كيف تنشئ البساطة

يتم إنتاج الشيء البسيط عندما يتم خفض التعقيدات إلى الح الأدنى، و عندما تشكل

معدن بقوة التجربة و الوقت.

البساطة تعتبر أكثر الاتجاهات المباشرة، و أسهل المناهج، و وسيلة من وسائل تحقيق

الانجازات.

### أساليب البساطة للنجاح

في هذا الوقت من العجل و التعقيدات العظيمة، فليس هناك قيمة شخصية مهمة أكثر من «البساطة» يعتبر استهلاك الوقت في تبسيط أى شىء معقدا جدا مهارة مفيدة جدا في هذه الأوقات التى تسرع بشكل سريع جدا. و لا يسهل فقط تبسيط عمل ما الشىء، بل يجعله أكثر تأثيرا و انتاجا لمؤديا إلى نتائج أعظم عندما تقارن بترتيبها المعقد السابق.

### الأساليب

- « قم بأخذ عمل أو مشروع مهم فى حياتك و توصل إلى طريقتين لتبسيطه.
- « قم بتطوير نصف عشرات الطرق من أجل تبسيط حياتك

### البساطة و الانجازات المطلقة

يمكن للشخص أن يأخذ القيمة الفردية لمحاولة تبسيط الأشياء و التوصل إلى الانجازات المطلقة فى الحياة، و على وجه الخصوص هؤلاء الذين تم امساكهم بشبكة التعقيدات ، أو المادية، أو الحيوية، أو العقلية.

### البساطة و العقل الصافى

الشىء البسيط هو التعبير التلقائى لعقل ما صافى، و متميز.  
البساطة هى أقل ما هو أكثر

### الأقل هو الأكثر

عندما يأتى كاتب ما بإحدى الأفكار، يقوم بشكل مبدئى التعبير عنها بجرأة و إن كان هذا من خلال حدود جمال التعبير، و بالتالى يقوم بالتوسع على الشىء من أجل العثور

على الفكرة بشكل كامل، فقط لإدراك أن التعبير متسع و كبير جدا. و نتيجة لذلك،  
يقم باعادة كتابة ما قد كتبه من قبل بطريق ما مصغرة. فماياتى من هذه العملية يكون  
جوهره صغيرة، أحد التعبيرات الجميلة لفكرة متعمقة.

لا تبحث الحياة عن الكم بنفس قدر الجودة حيث النتيجة النهائية، فتبحث عن التعبير و  
الدخل المثالى الذى يعكس الحقائق الموجزة التى يتم ادراكها. و يمكن للعالم أن يتحرك  
فهذا الاتجاه.

و على الرغم من أننا نتجاهنا نحو تراكم أشياء كثيرة فى الحياة، نسعى بكل مؤكد إلى  
السعادة. فهذا يسمى بالمفاهيم الروحانية « بهجوة و لذة الوجود» التى تعتبر حتى أعلى  
نمط من السعادة لأنها لا تهجرنا أبدا. و يعد جوهر تجميع الأشياء مع بعضها البعض فى  
الحياة— مثل الأشياء المادية، و الثروة، و العائلة، و القوة، المركز، و هكذا وسيلة من  
وسائل انشاء شىء صغير واحد حيث يكون السعادة أة و شىء أفضل من ذلك، لذو  
الوجود. فالأشياء الكمية أقل من الأشيلء ذات جودة، لإذا يمكن الحصول عليها من  
خلال إحدى الوسائل الصغير، فهذا يكون كافى. فما المهم هو القيمة اتى تكون صغيرة  
و موجزة، فهى أقل من مجموع كل الأشياء.

يمكن لكل فرد منا أن ينظر إلى حياته و يحدد ما هذا الجوهر، و ما الشىء الحقيقى  
التى تحتوى عليه. و عندما نعرف هذه الأشياء، يمكن أن نقوم بتكثيف كل الأشياء من  
أجل القيم الشخصية الأكثر عمقا. و بالتخلص و الاستغناء عن الأشياء، نتحرك اتجاه  
الجوهر، و بالعبور، نتجه إلى حقيقتنا، و بالتركيز و التبسيط، نتجه إلى رغبات قلة بنا  
بالحياة، و بهذه الطريقة يكون الأقل هو الأكثر و الأكثر هو الأقل.

البساطة و الأناقة  
البساطة هى الأناقة.

البساطة فى اللغة هى الأناقة.

لا تصبح اللغة جميلة بالكثير جدا من الاستعارات و مظاهر الجمال و لا حتى بمصطلحات الأم لديها مثلما بملائمتها للمعنى و المخزى. فالأناقة هى البساطة. فالبساطة المعمقة هى الأناقة الخالصة و البسيطة.

البساطة كالخلود، و الأناقة

النقاء هو العمق، و البساطة هى الخلود، و البساطة المعمقة هى لحظة الخلود الوالدة، و الأناقة هى البساطة الخالدة

البساطة و العمق

تقوم لبساطة بتعظيم ما بالعمق.  
تصور العمق، و ضوح البساطة.  
البساطة و سهولة الوصول بشركة أبل.

و غالبا يكون الابتكار و التكامل، و ثورة الصناعة الطريقة الرئيسية لستيف جوبز من خلال ايمانه العميق فى تصنيع برامج و أجهزة سهلة الاستخدام و أناقة متميزة. و يرجع تاريخهاك إلى بدايته، رغبت جوبز فى انتج منتج جديد بشكل أساسى بحيث يطلق ثورة صناعية من خلال سهولة استخدامه. و كانت واجهة المستخدم الرسومية قطاع أساسى من أى شىء فى أجهزة الكمبيوتر، و نفس الحال عندما امتاز انتاج برنامج لانشاء تصميم المواقع شاملا على الجرافيك، و طابعة الليزر، و قد قام أحدث ثورة ما فى مجال الطابعة، و قام بعمل نفس الفعل مع آى بود و خصيصا مع جهاز آى فون. فيعتبر ايمان جوبز بعمل أى شىء سهل و مريح للناس \_ مثل قيمة سهولة الاستخدام، أحد معتقداته و قيمه الشخصية ذى جوهرلتي تنعكس فى الابتكار و حتى المنتجات الثورية التى تم تطويرها.

وقال جوبز أثناء التحدث عن الأيام الأولى من ماك: « نحن نريد أن نقوم بعمل منتج مثل أول تليفون، و نريد أن نقوم بعمل أجهزة أليات السوق. و ما نحاول أن نقوم بتطويره هو جهاز الكمبيوتر اذى يمكن أن كل تك الأشياء الى يمكن أن تتوقعها، و لكننا نقدم أيضا أداء أعلى بكثير بحيث يأخذ نمط منتج سهل الاستخدام ( و لحسن الحظ) نحن نرى رؤية ما لشيء سهل للغاية بالنسبة لنا حيث لديه كل شيء فى نوعيية واحدة للتصميم.

و يعتبر الدمج و الخلط بين الداخلى و الخارج فى منتج مثالى لا يشبه شيء مثلها فى ماك ، و خاصة أجهزة آى فون، و جعله بسيط جدا بحيث يكون غالبا جهاز الحياة شيء اخبر بحيث يدفع تكير جوبز لتطوير منتجات آبل و خدماتها.

## القيم الروحية

### حول القيم الروحية

هناك قيم و قيم روحية، بينما ما تكون كل القيم مهارات روحية، هناك قيم معينة تكون قيم روحية بشكل متميز و بهذه الطريقة يرتبطوا أكثر بطريقة مباشرة بالروح، فالأمثلة على القيم الروحية: الصدق، و النزاهة، و الصبر، و العطاء الذاتى، و الانتباه للآخرين.

### القيم الروحية

تشتمل القيم الروحية على عطاء الذاتى، و الارادة الصامته، و الاقتباس و العمل بوجهة النظر الأخرى، و الانسجام، و الاعتراف بالفضل، و قيم أخرى.

تمكن المواقف الروحية فى الحياة ( مثل القيم) من اتساع، ازدهار بلانهاية للشخص ذاته و على كل المستويات.

فهناك روح ما بالحياة حيث لا تكون حياة و لا روح، و لكن روح التطور بالحياة، فماذا

يعنى هذا؟ فحياة الانسان هى الحياة التى نعرفها جيد، فتكون الروح هى هدف الباحث الروحى التقليدى. فالشخص الذى يعبر عن القيم الروحية للصدق، والنزاهة، والعطاء تالذاتى، و الخ يقومبتطوير المواقف الروحية بالحياة.

و تقوم هذه المواقف الروحية بتحرير و اطاق الطاقة الروحية فى العمل. و فى المقابل سوف تظهر هذه الطاقة بتوسع لا نهاية له. و بشكل آخر تطلق مواقف تطبيق القيم الروحية الطاقة التى تعبر عن توسع بلا نهاية.

بالاضافة إلى ذلك، سوف يكون كل شخص مهتم سعيدا، مستمتعا براحة روحية. و حيث أن هذا يضمن غياب الخلافات و الاحتكاكات، سوف لن يكون هناك مشاكل بأى مجال فى حياته. و بشكل آخر، يجذب أيضا هذا الاتساع التوسع على كافة الجوانب. فاذا شعر مختلف العاملين ذى صلة براحة و انسياب، و اذا لم يكن هناك أية مشاكل، إذن سوف يستمتعوا بشكل مؤكد بالزدهار، فهى عبارة عنازدهار روحى.

### الانتباه الآخرين يعتبر أحد القيم الروحية

يمكن لقائمة ما من القيم الروحية أن يتم تطبيقها فى شركة ما. فعتبر الاهتمام و الانتباه بشكل أكثر إلى متطلبات كل الآخين بالشركة من الانتباه إلى المتطلبات الخاصة بشخص واحد قيمة روحية حيث يمكن أنتحول شركة خاسرة إلى شركة مربحة بالشهر القادم. و تكون نتائج القوة الروحية عندما تتحرر فى الأفعال من خلال حقيقة الأمانة الداخلية لحظية.

### النزاهة تعتبر قيمة روحية

تعتبر النزاهة إحدى القيم الداخلية التى لا تتأثر بالظروف الخارجية.. فالنزاهة هى قيمة روحية ( تطبيقها يجب استجابات حياة ايجابية غير مشكوك بها.)

## الازدهار الروحي

تجعل القيمة الشخص روي، و من كل أنواع الازدها، يعتبر الازدهار الروحي أكثرهم قيمة، فيشتمل على الازدهار المادي، الازدهار الاجتماعي.

## القيم الروحية

تعتبر القيم الروحية الخاصة (أو السمات) التي تتمكن بالانجازات الضخمة.

## القيم في الحكومة

تعتبر القيم الحكومية قيم لأي منظمة أو مؤسسة، وتأتي قيم عديدة (أو قيم متجهة إلى القدرات) بالحكومة: الدقة، والصدق، والاستجابة، والقيادة، (مثل الايمان بالقيادة)، و ( القدرة على التعاون، و حل المشكلة، والسلطة، والشفقة، والقوة، والعدالة، واحترام الفرد، وتقدير التعليم، والتقدم، إلخ، والحصول على الأشياء جاهزة، و اتباع رغبة الناس، والتسوية، وتقدير تقدم الفرد، و وحتى نمو الفرد، والحمائية، والأمن، والدعم، والانفتاح إلى الاحتمالات، وتقدير التخطيط، والانشغال بالمستقبل من أحد الأشخاص، تقدير القانون والسلطة، والتسامح، والتنوع، والوحدة ( بداخل الحكومة والدولة)، والشئ الحقيقي للأشياء (ليس فقط الظاهري)، والعمل الجماعي، والصدقة الحميمة، والفرص، والع بكل جوانب الحقيقة (ليس فقط الجانب المحدود)، واهام الآخرين، وفتح أفاق وفرص للناس، إلخ.



## قوة قيم العمل

نبذة عن الفصل

تزيد القيم من عاطفة العمل، فلكل شركة قيمها الخاصة بها سواء كانت على دراية بهذا أو لا. فالعاطفة قيمة ويتم تعريف تطبيقها على الأنشطة اليومية من قبل الكثير بأنه مخزى نجاح عملهم.

### محتوى الفصل

- « القيم هي الإيمان
- « ما تحتوى القيمة عليه
- « ما القيم التي يجب أن تستخدم؟
- « تطبيق القيم و تأسيسها.

### القيم هي الإيمان

تعتبر القيم إيمان ما، و رسالة ما، و فلسفة ما بحيث تكون ذو معنى حقيقيا للشركة و مثالا على قيمة العمل: « رضا العميل». و مثالا آخر على إحدى القيم: « أن تكون أخلاقى و شخص موثوق به». فلدى كل شركة قيمة واحدة أو أكثر سواء كانت على وعى و إدراك بها أو لا. و بشكل آخر تعتبر هذه قيمة بيان بحيث تأكد و تعبر الشركة على الهدف و الالتزام لتحقيق مستوى ما مرتفع من الأداء على عامل النوعى بشكل خاص.

فلدى كل شركة قيمة واحدة أو أكثر سواء كانت على وعى و إدراك بها أو لا فى كثير من كتب و مجلات إدارة الأعمال حديثا، قد تم تعريف و تحديد تطوير القيم و تبنيتها و تطبيقها غالبا على أنه مخزى النجاح لكثير من الانتاج و الازدهار ذى مستوى

مرتفع، و أرباح الشركات المرتفعة. فتعتبر العاطفة قيمة ويتم تعريف تطبيقها على الأنشطة اليومية من قبل الكثير بأنه مخزى نجاح عملهم.

فعلى سبيل المثال، أصبحت شركة ميرك للأدوية ناجحة جدا في مجالها لأن كانت الشركة مخلصه جدا لقيمة «الجودة العالية و سلامة منتجات الأدوية لديها»، و بسبب هذه القيمة التي تم ادراكها و استيعابها، شعر الموزعون بأمان في حمل منتجات شركة ميرك و بثقة اتجاه ترشيح المنتجات للعملاء.

فاذا قمنا بفحص أغلب الشركات ، سوف نجد قيمة ما معينة دفعت بها إلى النجاح. و هنا بعض الأمثلة:

« التزام سيرز بثقة عملائها ( ضمن استرجاع أى منتج مقابل المال من مناطق الريفية في القرن ١٩ ).»

« شركة أبل لأجهزة الكمبيوتر و إيمانها بقيمة تسهيل الاستخدام و الخدمة للمجتمع ( أنشأت شركة أبل جهاز ماكتوش لوضع حد إلى خوف الناس من جهاز الكمبيوتر. )»  
« قيمة شركة ماريوت للفنادق بالتنظيم و التوحيد ( بحيث جعلت الشركة تقوم بتكرير نموذجها المعيارى بسلاسة مئات المرات عبر الدولة ).»

### ما تحتوى القيمة عليه

عند تعريف قيمة ما بشركتك، تعتبر فكرة جيدة أن تحاول وصف هذه القيمة بالتفصيل. فمثلا يمكن لإحدى الشركات تبني قيمة « سرور و متعة العميل»، فهذا يعد اسم القيمة. و يمكن أن يكون وصف القيمة شىء مثل « ندرك أن فى منافسة السوق المرتفعة اليوم توفير خدمة ممتازة للعميل غير كافى لإرضاء العميل و التأكد من ولائه. فهدفنا هو تفاعل العميل مع شركتنا إلى تجربة ممتعة إلى أبعد الحدود و لا تنسى.» فأنت تقوم بوصف كيف يمكن للقيمة أن تنهض من شركتك على وجه العموم أو بشكل خاص.

ما القيم التي يجب أن تستخدم؟  
يوجد هنا قائمة من القيم التي قد وجدت على وجه الخصوص ذي تأثير قوى ما بين الشركات التي قمنا بالبحث بها.

### التحسين المستمر

رغبة و قدرة الشركة لتطوير و دمج الطرق للتحسين من نفسها.

### سرور و متعة العمل.

الاستجابة العاطفية الايجابية و الفرحة التي يشعر بها العميل من التعامل و التفاعل مع الأشخاص بالشركة و منتجاتها و خدماتها.

قد اكتشفت أغلب شركات الأعمال الناجحة صيغة ما تتجاوز المنتج و الخدمة، فتوفر البهجة و المتعة لعملائها من خلال استيعاب اهتمامتهم الشخصية الخاصة ، و التوقع و التماشي مع احتياجاتهم، و تجاوز توقعاتهم، و جعل كل لحظة و جانب من علاقتهم بالعميل ممتعة و الأفضل من ذلك تجربة مبهجة.

### تطوير الأشخاص

رغبة و قدرة الشركة في التحسين من الموظفين العاملين لصالحها.

تعد شركات الأعمال الأكثر نجاحا عندما لم يهتم قادتها باهتمامات الشركة فقط مثل ( المبيعات، و الأرباح، و النجاح ) ، و لكن بالعملاء و حتى أكثر من ذلك لموظفيها. فيأتي الانشغال الكامل بموظفيها لحالة من التوحد بحيث يمكن أن تجذب انجازات بلا نهاية و حدود.

## الابتكار

رغبة و قدرة الشركة على المغامرة فى الجديد و اختراق مناطق التى بها الفرص.

## أقصى استغلال للمصادر

رغبة و قدرة الشركة فى تحسين أدائها من خلال الاستغلال الكامل و التام للمصادر الحالية.

## الالتزام للمجتمع

التزام الشركة للتركيز على المطالبات و الاحتياجات الاجتماعية و تطلعات المجتمع.

فيحدث الازدهار الشديد و العظيم عندما يتماشى تطور تلك العوامل الداخلية مع القوى النابعة بشكل متفجر من المجتمع فالشركات التى يمكن أن تكيف أساليب أعمالها من أجل انعكاس التغيرات الثورية للمجتمع فى العديد من عواملها المتقدمة أو كل عواملها مثل ( السوق، و المنتجات، و تنظيم الخدمات، الأشخاص، و التمويل) من خلال الامساك بالازدهار المتزايد لموجة التقدم الاجتماعى. و من خلال متابعة العديد من الموجات هذه الطاقة، فتمدد إلى الأمام أو الأعلى لعشرات المرات من المستوى أو أكثر من مركزهم السابق

## تطبيق القيم و تأسيسها.

تعتبر القيم جيدة كما يعتبر تطبيقها على الشركة بكل مستوياتها فيعتبر وصف قيمة ما فقط فى بيان مهام أو القيم غير الجدوى حتى يتم فعلها و تطبيقها على جميع مستويات الشركة و من ثم يتم تأسيس قيمة ما بالمؤسسة عندما تشبع كل جوانب العمل، و عندما تتخلل بكل جوانب الشركة، نهائيا بدون تشجيع أو دفع الطاقات، و عندما تعمل بشكل تنظيمى من لقاء نفسها من خلال كل الأنشطة و مراكز الوظائف.

فعندما يحدث هذا، تملك القيمة إماكنة هائلة لتنشيط الشركة بحيث تؤدى بشكل كبير إلى زيادة إيرادات و أرباح الشركة. و سوف لن يمكن للقيمة أى شىء اخر من التشبع الكامل للقيم لكل المستويات المناسبة للشركة حتى تأتى بالنتائج الايجابية المرغوب بها.

و لكى تقوم بالتطبيق الكامل و تأسيس القيمة فى الشركة، اتبع الخطوات التى يحتاج إلى اتخاذها.

الاختيار: قم باختيار القيم التى تهتم بتطبيقها بشكل كامل فى الشركة.  
الالتزام: هناك متطلبات يجب الالتزام بها لكى تطبق القيم المختارة فيتطلب أن يكون الادارة العليا و الكوادر الادارية، و الموظفين الاخرين الالتزام بتطبيق كل قيمة.  
المعايير: يتطلب تطبيق مجموعة ما من المعايير لكل نشاط فى الشركة خاص لكل قيمة.  
الهيكل: تحتاج الشركة إلى أن يكون لديها الهيكل الصحيح لمناصب المهام، و الأقسام، و القطاعات، إلخ لتطبيق القيم.

المهام، و الأنشطة و الأنظمة: يجب أن تعرف الشركة بوضوح مهام المناصب و الأنشطة، و تبسيط النظام من أجل تسهيل تطبيق القيم، فتحتاج القيم إلى أن يتم دمجها فكل مهام منصب و نشاط و كل نظام. فتحتاج إجراءات التشغيل القياسية و حتى مهام المراكز الوظيفية أن يتم ربطها بتلك القيم.

مسؤولية الموظف: يجب أن تعرف مسؤولية كل موظف و يتم استيعابها (مثل فى توجيهات مهامهم، أو فى مهام وظيفتهم، أو من المدير، إلخ).

المهارات: يجب أن يملك كل شخص مهارات لتحقيق الأداء العالى بالنسبة للقيم، فيجب أن يملك كل شخص المهارات لتحقيق مسؤوليتهم تجاه القيم. و إذا كان ضروريا، فيجب تطبيق تدريب إضافى لرفع مستوى المهارات من أجل تطبيق القيمة.

## قائمة من قيم العمل

نبذة عن الفصل

هنا يوجد قائمة من المخزى قيم العمل تقسم وفق لنوع القيمة ( مثل قيم المادية، التنظيمية، النفسية. )

### محتوى الفصل

« القيم المادية

« القيم التنظيمية

« القيم النفسية

هنا يوجد قائمة من الأهداف لقيم العمل تقسم وفق لنوع القيمة ( مثل قيم المادية، التنظيمية، النفسية. )

### القيم المادية

الدقة:

الدقة والإتقان، و ملائمة للواقع فى تفاصيل العمل.

النظافة:

النظافة للمكاتب، و الانتاج، و مرافق التخزين، و المعدات، و مناطق خدمة العملاء، و المواد الخام، و جرد المنتج النهائى، و الحجرات، الحمامات، و هكذا.

الاستغلال لأقصى حد للمصادر:

رغبة و قدرة الشركة على تحسين أدائها بالاستغلال الكامل و التام لمصادرهما الحالية ( كالوقت، و المال، و المعدات، و المواد، و المكان، و الأشخاص، إلخ. )

الترتيب:

في المكاتب، الأدرج، خزائن الملفات، و الأرفف، ورق العمل، و أرقام التليفون، أولويات العمل، الخطط اليومية و الأسبوعية، إلخ.

الانضباط بالمواعيد و الوقت:

في الوصول بالميعاد المحدد للعمل، و الرجوع من وقت الراحة، و من فترة الغذاء، و التوجه إلى الاجتماعات في الوقت المحدد تماما، و في الرد على الجوابات و الامكالمات الهاتفية، و في دفع الفواتير بالمواعيد المحددة، إلخ. تنفيذ الأشياء بالوقت المناسب و المسموح به.

جودة المنتجات و الخدمات:

وفقا للعروض و الوظيفة، و الاختيار، و القيمة، و السرعة، و الوقت، و الملائمة، و التكرار و التوقيت، و المصدقية، و العمر الافتراضى، و المجاملات، و الصداقة إلخ.

الانتظام:

انتظام الاجتماعات، و التقارير، و اتصالات المبيعات، و مراجعة العمليات، و هكذا.

المصدقية:

الطريقة التى ينتج بها النظام أو الشخص نفس النتائج مفضلا التماشى بمحاذاة أو تجاوز مواصفاتها

الاستجابة:

الطريقة التى يتفاعل بها الأشخاص، و المنظمات، الأنظمة ، إلخ تجاه متطلبات من الداخل أو من الخارج.

الأمان:

في المكاتب، و المخازن، و مرافق البحث و الانتاج، و في المواصلات، و للوظفين، و للباعة، و للعملاء، إلخ.

زيادة سرعة العمليات:

قياس سواء كان يحدث الفعل في وقت أسرع أم لا.

## القيم التنظيمية

المسؤولية:

مسؤولية الأفراد، و القطاعات، و الأقسام للأداء و النتائج، و المشاكل، و هكذا.

التواصل:

بكل أرجاء و نواحي الشركة، و مع العملاء و الباعة وفقا للانفتاح، و الصراحة، و الوضوح، و التردد، و الدقة، و التوقيت، و الإيجاز.

التعاون ( العمل الجماعي):

بين الأفراد، و القطاعات، و الأقسام، و الفروع، و هكذا.

التنسيق:

التنسيق بشكل أفقي بين القطاعات وفقا للخطط و الأنشطة، و الأنظمة.

الانضباط:

في الالتزام بالسياسة العامة للشركة، و قواعدها و أنظمتها، و إجراءاتها، و جداولها الزمنية، و معاييرها، و آداب مهنتها، و هكذا.

حرية مبادرة الموظفين:

في القيام باقتراحات، تطوير الخطط، وإتخاذ قرارات، و تنفيذ أو تعديل الأفعال، و هكذا.

التكامل:

التكامل من أجل انسياب العمليات بشكل عمودي بين المستويات المختلفة للمنظمة وفقا للخطط، و القرارات، و الأولويات.

المعايير:

وفقا للأنماط، و الملفات، و الإجراءات، و التقارير، و تقييم الأداء، و معدات اتدريب، و التوجهات، و الاتصالات، و هكذا.

المنهج:

في المبيعات، و التسويق، و خدمة العملاء، و الحاسبات، و البحث، و الانتاج، و الهندسة، و نب التقدير، و التوظيف، و التدريب، و التثيق، و التقارير، و هكذا.

## القيم النفسية:

التحسين المستمر:

رغبة و قدرة الشركة على تطوير و دمج الطرق لتحسين نفسها.

الابداع:

تبعاً للمنتجات الجديدة، و الأفكار الجديدة، و الأنظمة الجديدة، و طرق الانتاج الجديدة، و الاستعاملات و التطبيقات الجديدة للتكنولوجيا، و الطرق الجديدة لمويل، و طرق جيدة لأساليب التسويق.

سرور العميل:

الاستجابة العاطفية الايجابية و فرحة العميل التي يشعر بها من التعامل و التفاعل مع الأشخاص و المنتجات و الخدمات.

الحسم:

في حل المشاكل، و التخطيط، و تنفيذ الخطط، و وفقا للسرعة و الالتزام بالقرارات التي مجرد تم اتخاذها

تطوير الأشخاص:

رغبة و قدرة الشركة على تحسين الموظفين لديها شاملة على الوجه المطلق تقدمه الشخصي

الانسجام:

الجو العام و التفاعل بين الأشخاص و القطاعات و الأقسام و الأنظمة، و الأنشطة، و القواعد، و السياسات العامة بداخل الشركة و بين تلك العناصر و البيئة الخارجية، و العملاء، و الباعة، و قوانين المجتمع، و هكذا.

الابتكار:

رغبة و قدرة الشركة على المغامرة في الجديد، و اختراق أماكن التي بها فرص ( مثل في مجال الصناعة، أو نمو اتجاهات بالمجتمع، و إلخ).

النزاهة:

الالتزام الشخص بكلمته، و عوده، انفاقاته، يكون موثوق به، غير مخادع، إلخ مع الموظفين، و العملاء، و الباعة، و الحكومة، إلخ.

الإخلاص:

الاخلاص إلى و من الموردين، و العملاء، و اموظفن.

ValuesAcademy.org

الدهاء:

القدرة على التعامل بدهاء مثل الابداع، التخيل، الاعتماد على الذات مع المشاكل الغير معتادة، أو المواقف الصعبة، أو الفرص الغير متوقعة.

احترام الآخرين:

في تأسيس القواعد و السياسات العامة، تصميم الأنظمة، و إتخالي ٢٦٨ ذ القرارات، و تنفيذ التعليمات، هكذا وفقا لصحة الناس، و أمنهم، و احترام ذاتهم، و مشاعرهم، و آرائهم.

خدمة المجتمع:

ازدهار المجتمع، و حماية البيئة، و المتطلبات الاجتماعية و النفسية.

الارادة (للنجاح):

في أى جانب من جوانب العمل.



## تاريخ الاعلام الاجتماعى و تأثيره على العمل

نبذة عن الفصل

الاعلام الاجتماعى إحدى الظواهر التى قد تقوم بتحويل تفاعل وتواصل الأفراد عبر العالم . و لكن لا يعتبر الإعلام الاجتماعياً أحد المفاهيم الجديدة، فقد كان يتم تطويره منذ بدء تفاعل الانسان، و مؤرا قد قام الاعلام الاجتماعى بالتأثير على جوانب كثيرة من تواصل الانسان، ومن ثم أثرت على العمل. فقد أصبحت الشبكات الاجتماعية تمارس يوميا فى حياة بعض من المستخدمين. ففى هذا المقال، يوصف الكاتب صفات و تطوير الاعلام الاجتماعى متضمنا مواقع الشبكات الاجتماعية التى أصبحت موجودة فى القرن ٢١ و تم مناقشة بعض المواقع متضمنا الفيس بوك و اليوتيوب و تويتر، و ماى سبيس، السى ورلد، و لورين ستورم.

### محتوى الفصل

- « المقدمة
- « تكنولوجيا أجهزة الكمبيوتر
- « الشبكات الالكترونية الاجتماعية
- « لورين ستورم
- « ماى سبيس
- « الفيس بوك
- « اليوتيوب
- « تناقض الاعلام الاجتماعى مع الشبكات الالكترونية الاعلامية
- « تويتر
- « تكنولوجيا الاعلام الاجتماعى
- « فوائد الاعلام الاجتماعى
- « الخاتمة

تتناول هذه الورقة تاريخ الاعلام الاجتماعى، فكانت الخطة للوصول إلى هذا العمل من التطور التاريخى إلى مفهومه الحديث اليوم، فقد بحث أيضا الكاتبون عن تعريف للاعلام الاجتماعى، و مفهومه، و دوره فى القرن ٢١. فقد لعب الاعلام الاجتماعى فى عقد أنظمة المعلومات دور حيوى فى تغيير التجارة و الاتصالات فنحن نؤمن بأن أسرع طريقة من أجل نمو عمل بأكمله يكون من خلال الاعلام و الشبكات الالكترونية. ففى عام ٢٠٠٠ ظهرت الكثير من الشبكات الالكترونية الاجتماعية لتسهيل التفاعل بين الأشخاص الذين يشاركون اهتمامات مشتركة فى الموسيقى، و التعليم، و الأفلام، و هكذا. و هذا أيضا يتأثر بكيف تدير الشركات صفقاتهم و إعلاناتهم

عبر الكثير من تاريخ الانسان، قد قمنا بتطوير التكنولوجيا التى جعلها أسهل لنا من أجل التواصل مع بعضنا البعض» (كرتون 2009).

فمن الصعب دراسة الاعلام الاجتماعى بدون التصادم مع عبارة الشبكات الالكترونية الاجتماعية. و من ثم يتم مناقشة المفهومين فى هذا المقال. يعرف قاموس ميريام-بيستر الاعلام الاجتماعى على أنه « أشكال من العاون الالكترونى ( مثل المواقع للمدونات اليومية و الشبكات الاجتماعية) من خلال ما ينشئ المستخدمون اتصالات أون لاين لمشاركة المعلومات و الأفكار، و الرسائل الشخصية، و محتويات أخرى ( مثل الفيديو) و نفس القموس يعرف الشبكات على أنها « تبادل المعلومات و الخدمات بين الأفراد، مجموعات، و أو المؤسسات، و خاصة حصد العلاقات الفعالة للتوظيف أو العمل».

هناك أفكار كثيرة حول أول ظهور للاعلام الاجتماعى، فعبر الكثير من تاريخ الانسان، قد قمنا بتطوير التكنولوجيا التى جعلها أسهل لنا من أجل التواصل مع بعضنا البعض» (كرتون ٢٠٠٩). و أشارات المعلومات الأولى التى وجدها كاتبوا هذا المقال إلى ١٧٩٢

و استخدام التلغراف لارسال و استقبال الرسائل عبر المسافات الطويلة (ريت هولتز  
٢٠١٠).

تعتبر إحدى الإحصائيين الاجتماعيين الفرنسيين، إيمل دورهايم المعروف بأب علم الاجتماع و الإحصائي الاجتماعي الألماني فرديناند تونيس من رواد الشبكات الاجتماعية خلال أواخر الثمانينات. فقد أمن تونيس بأن المجموعات الاجتماعية يمكن أن تتواجد بسبب مشاركة أعضائها للقيم، و المعتقدات أو بسبب مشاركة الصراع. و تعاملت نظريته مع مفاهيم العقد الاجتماعي للمجتمع و قامت دورهايم بدمج البحث التجريبي مع النظرية الاجتماعية. و أيضا في أواخر الثمانينات، ق تم استخدام الراديو و التلفاز للتفاعل الاجتماعي و إن كان في اتجاه واحد مع الراديو (ريمسكي، ٢٠١١ و رآن، ٢٠٠٤) و قد تم تطوير الشبكات الاجتماعية عبر السنوات لتنوعات الحديثة اليوم التي تستخدم الاعلام الرقمي و بالرغم من أن الاعلام الاجتماعي ليس جديد بهذا الشكل. و بالاضافة إلى ذلك، فلم تبدأ مع أجهزة الكمبيوتر بل بدأت مع أجهزة التلفاز. و في خلال الخمسينات، بدأت سرقة نظم الهواتف من خلال استخدام المصطلح للبحث بدون جدوى بشبكات التليفون. فقد تحققت هذه العملية من خلال استخدام أجهزة الكترونية مصنوعة بالمنزل التي سهلت الدخول الغير مسموح به لنظام التليفون من أجل القيام بمكالمات مجانية.

فكان بقدرة المخترقون إيجاد خطوط اتصالات هواتف الشركة و الدائرة المركزية لتمام مهامهم. و قد قالت بریت بوردرس بأن كان من إمكان سارقي الخطوط يخترق البريد الصوتي الغير مستخدم من أجل استضافة أول مدونة أو البرامج الصوتية.

و في خلال الستينات، رأى العامة فائدة البريد (بوردرس ٢٠١٠) بالرغم من أن كان الانترنت غير متاح لكل العامة حتى عام ١٩٩١ فكان البريد من الأصل طريقة لتبادل

الرسائل من جهاز كمبيوتر إلى جهاز آخرز و لكن يتطلب أن يكون الجهازين أون لاين. و اليوم ستقوم خدمات البريد بقبول و حفظ الرسائل و التي تسمح للمستخدمين بالدخول براحتهم على البريد.

و في عام 1969، قد تم تطوير شبكة وكالة مشاريع البحوث المتقدمة (ARPANET)، إحدى الوكالات الحكومية بالولايات المتحدة. فكانت ARPANET « شبكة أولية لتعدد المستخدمين لجهاز الكمبيوتر الواحد التي شكلت قاعدة للانترنت. و أنشأ كمبيوتر سيرف، التطور الثالث للاستينات في عام 1969 بهدف توفير خدمات تعدد الاستخدام عن طريق تأجير اوقت على أجهزة الكمبيوتر لديها. و بواسطة أجور عالية جدا، فكانت الخدمة باهظة للغاية للكثير من الناس ( ريميسكى، 2011، ريت هولتز، 2010).

## تكنولوجيا أجهزة الكمبيوتر

و علاوة على ذلك، تم تطوير الاعلام الاجتماعى خلال فترة السبعينات، و تعرف منالأصل MUD كزنازة تعدد المستخدمين، أو أبعاد تعدد المستخدمين، أو مجال تعدد المستخدمين فكان عالم الوقت الحقيقى الظاهرى مع الأدوار مثل لعب الألعاب، الاحتكاك التفاعلى، المحادثات ب الانترنت. و يعبر MUD أساسيا مستند نصى بحيث يتطلب من المستخدمين تحديد الأوامر مستخدمين اللغة العادية. و قد تم انشاء BBS فى عام 1978 بنفس عام MUD . و يعتبر BBS ترادف لنظام اللوحة الارشادية، فيخل المستخدمون إلى النظام من أجل تحميل البرامج و قراءة الأخبار، و تبادل الرسائل مع الآخرين. و فى السنوات الأولى كان يتم الدخول على اللوحات الارشادية من خط التليفون الحديث لشخص واحد لوقت ما. و سبقا لم يكن لدى اللوحات الارشادية ألوان أو جرافيك. فكانت اللوحات الارشادية سلفا للشبكة ويب العالمية. تم تحدي التصور لها فى عام 1979 و تأسيسها فى عام 1980 . و كان يوزنت يشبه اللوحة الارشادية فكان اليوزنت أحد الأنظمة من أجل نشر مقالات و أخبار . و اختلاف اليوزنت ن اللوحة الارشادية أنه ليس لديه خدمة مركزة أو مدير مباشر، فيتم

ارسال الرسائل إلى خدما متنوعة من خلال تقديم الدعم بالأخبار ( تريتهولز، 2010). و حيث أن قد اطلق أحد الأستاذة بجامعة موراي في دولة موراي أحد المشاريع ليعمل بها من خلال BBS من أجل إيجاد منقة متطلبات المعلمين (شيركي، 2011).

و بقدم عصر الثمانينات، جاءت مقدمة WELL، و Genie، و Listsery، و IRC. وكان WELL قصير لكوكب الأرض أجمعه لربط الالكتروني الذي بدأ كبرنامج BBS. و قد قام ستيوارت براند و لاري بريليان بتأسيس WELL في مدينة سوساليتو بولاية كاليفورنيا. فكان واحد من أقدم المجتمعات الواقعية التي تعمل بشكل مستمر. و يعتبر Genie اختصار لشبكة الالكترونية العامة لتبادل المعلومات، فهي خدمة عبر الانترنت تستخدم لغة ASCIL و تعتبر منافس لكومبيوسيرف. و تقوم خدمات المعلومات الالكترونية العامة بتشغيل Genie على أجهزة الكمبيوتر العملاقة متعددة الاستخدام خلال الساعات التي لا يكون بها انشغال تام. و ترفض خدمات المعلومات الالكترونية مبدئيا لتوسيع الشبكة لكي تسمح Genie أن تتطور و تنمو. و تعتبر Listsery التي بدأت في عام 1986 أول تطبيق لبرنامج قائمة البريد الالكتروني، و قبل نشأتها، كان يلزم إدارة قوائم البريد بشكل يدوي

فتسمح البرمجيات للمرسل أن يرسل بريد واحد ليصل للعديد من الأشخاص. فكان من الأساس Listsery برنامج مجاني و لكنه الآن يتم بيعه تجاريا. و تكون النسخة المجانية متاحة لوقت محدد و غالبا ما تكون القوائم ليس أكثر من 500 عضو. و قد تم تصميم برنامج الانترنت للمحادثة البديلة IRC لمجموعة من الاتصالات، و يعتبر في شكل محادثة فعلية و قتية، و يعرف أيضا بالرسالة النصية أو المؤتمرات المتزامنة. فالغرض الأساسي للبرنامج هو تواصل المجموعات، و لكنه يسمح برسائل شخصية، محادثة، و إرسال بيانات بين مستخدمين. (ريت هولز، 2010).

## الشبكات الاجتماعية

قد تم إنشاء العديد من الشبكات الاجتماعية في التسعينات، فتشتمل بعض الأمثلة

على سيكس ديجريس، و بلاك بلانت، و آش آفينو، و موف اون. فكان هؤلاء و مازلوا مفاتيح المواقع الاجتماعية على الانترنت بحيث يمكن يتفاعل الناس مع بعضهم البعض و تشتمل أيضا على مواقع دعم السياسة العامة، و شبكة اجتماعية متركزة على إحدى الشبكات لنموذج من الاتصالات. و بالاضافة إلى ذلك، تم إنشاء خدمات التدوين ، مثل المدونين و موقع اي بنيونس Epinions ، فهو موقع بحيث يمكن للمستخدمين قراءة أو كتابة آراءهم و انتقاداتهم للمنتجات.

و قد تم إنشاء زرد فويس و نابستر، برنامجين للتطبيق في التسيينات الذين قد تم منعهم من السوق منذ ذلك الوقت. فكان الدخول على شبكة زرد فويس مجانا تسمح لمستخدمين بنشر التعليقات، و على صفحات الموقع، و لكن جادل معارضون مفهوم البرمجة بأن التعليقات مبتذلة أو افتراضية. و كان نابستر برنامج ت بحيث يسمح تطبيقى بمشاركة الملف بشكل فرد لفرد. و كان يسمح للمستخدمين بمشاركة ملفات موسيقية عن طريق الأساليب التوزيع النمطية التي قد تم الاقرار بأنها فى النهاية اختراق لقوانين حق النشر (ريتهولز، ٢٠١٠).

و فى عام ٢٠٠٠، حصل الاعلام الاجتماعى تدعيم عظيم مع مشاهدة تصاعد لمواقع الشبكات الاجتماعية . و قد تم تدعيم هذا بكل كبير و تحويله فى نمط تفاعلى بين الأفراد و الشركات التى تشارك اهتمامات مشتركة فى اموسيقى، و التعليم، و الأفلام، و الصداقات المعتمدة على الشبكات الاجتماعية. و بين تلك الشبكات الاجتماعية تم اطلاق لورين ستورم، سيكس ديجريس، و سى و رلد، و ريز Ryze و ويكيبيديا. و فى عام ٢٠٠١، تم اطلاق فوت لوج، و مدونة سكاى، و فريندستر، و فى عام ٢٠٠٣ تم اطلاق ماى سبيس، لينكد ان، لاس ت اف ام، و tribe.ne ، هاى فايف. و فى عام ٢٠٠٤، تم اطلاق أسماء مشهورة مثل الفيس بوك هارفرد، و دوجستر، و ميكس ايفولفيد، و خلال عام ٢٠٠٥، ظهرت أسماء كبيرة مثل ياهو ٣٦٠، و اليوتيوب، و سى

ورد، و بلاك بلانت ( جنكو، هيبيرجريت، و وكن ٢٠١١).

## لورين ستورم

يمكن الدخول على لورين ستورم من خلال [ww.LunarStorm.se](http://ww.LunarStorm.se) فيعتبر موقع فعلى تجارى و هو متاح باللغة السويدية. و فى الواقع قد بدأ فى عام ١٩٩٦ و قام ريكارد إريكسون بتصميمه، فهو أحد مواقع الشبكات الاجتماعية للمراهقين، وكان أول مجتمع رقمى على الانترنت لأوروبا فقد بدأ لورين ستورم رسميا فى عام ٢٠٠٠. و فى عام ٢٠٠١، كان قد اتسع لورين ستورم لأكثر من ٦٠٠،٠٠٠ عضو و لكن مازال يواجه الصعوبات الاقتصادية ، فمنذ البداية، كان قد تم تمويل لورين ستورم من اللافتات و الاعلانات الأخرى على الموقع. و لكن لاحقا هذا تطور إلى أن يشمل المزيد من الدف من خلال خدمات الرسائل.

## ماى سبيس

المكتب الرئيسى لماى سبيس ، أحد مواقع الشبكات الاجتماعية، فى بيفرلى هيلز بولاية كاليفورنا حيث تشترك فى مبنى نيوز كروبورشن مع الملك. و فى عام ٢٠٠٦، أصبح موقع ماى سبيس أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية شهرة فى الولايات المتحدة، و لكنه قد فى عام ٢٠٠٨ تفهع ٥ كوك عليه منافسه موقع الفيس بوك الذى أصبح أشهر موقع شبكة اجتماعية فى العالم كله. و تقريبا يقوم ٤٣ ز ٢ مستخدم بزيارة ماى سبيس بشكل أساسى شهريا. و تقوم الشركة بتوظيف تقريبا ١٠٠٠ موظف. و من الصفات المميزة فى هذا الموقع قدرة المستخدم على تقسيم معلومات البروفايل لكى يمنح معلومات بشكل تفصيلى عن أنفسهم وما يهتمون بهز و أيضا لدى ماى سبيس ملف خاص لفنانين الموسيقى حى يمكن للمستخدمين تنزيل موسيقتهم كاملة فى شكل أغانى mp٣ ( ناتا، ٢٠١٠).

## الفييس بوك

يعتبر الفييس بوك أحد مواقع الشبكات الاجتماعية التي بدأت في فبراير عام ٢٠٠٤ و يتم ادراته بشكل سرى من قبل الفييس بوك. و قام مارك زوكربيرج و آخرين بتأسيس الفييس بوك عندما كان طالب بجامعة هارفارد و بالرغم من أن عندما انفتح الموقع في البداية ، كان محدود لطلاب هارفارد. و لاحقا امتدت الميزة إلى طلاب المدرسة الثانوية، و أخير امتدت إلى كل فرد بحيث يكون ثلاثة عشر سنوات (بويد ٢٠٠٧). و بشهر يوليو عام ٢٠٠٨، لدى الفييس بوك أكثر من ٥٠٠ مليون مستخدم ناشط. و في يناير عام ٢٠٠٩، قد تم ترتيب الفييس بوك كأكثر شبكات الاجتماعية المستخدمة في العالم أجمع.

و أيضا في ماي عام ٢٠١٠، أعلن جوجل أن الناس تزور الفييس بوك أكثر من أى موقع آخر. و أعن أن هذا قد تم اكتشافه من نتائج ١،٠٠ موقع عبر العالم. ( تايمز، ٢٠١٠ ). و يمكن أن يقوموا المستخدمون بإنشاء ملف شخصي، إضافة مستخدمين آخرين كأصدقاء، و تبادل رسائل، و يشتمل على الإشعارات التلقائية، و الصور، و التعليقات عندما يقوموت بتحديث ملفهمز و إضافة إلى ذلك، يمكن لمستخدمين الفييس البوك أن يشاركوا بمجموعات المستخدم ذات الاهتمام المشترك التي يتم تنظيمها من مكان اعمل، أو المدرسة، أو الكلية، أو خصائص أخرى. يسمح الفييس البوك لكل شخص عل الأقل لديه ثلاثة عشر سنوات أن يصبح مستخدم مسجل بالموقع.

و بشكل أساسى يومى، حركة سير شبكة الفييس بوك في تصاعد، و قد أصبح الفييس بوك على قمم الشبكات الاجتماعية عبر ثمانية أسواق فردية في آسيا: الفلبين، و استراليا، و اندونيسيا، و ماليزيا، و سنغافورة، و نيوزيلندا، و هونج كونج، و فتنام. و ٢٤ أكتوبر ٢٠٠٧، أعلنت شركة ميكروسفت أن قد قامت بشراء ١٠٦٪ من أسهم الفييس بوك مقابل ٢٤٠ مليون دولار و أعطت الفييس بوك القيمة المطلوبة الكاملة بحوالى ١٥

بليون دولار. و كان من ضمن صفقة شركة ميكروسفت الحق في وضع إعلانات عالمية على موقع الفيس بوك، و قد اتبعت شركات أخرى نفس النمط ( ستون، ٢٠٠٧). خلال فقط كأس العالم لكررة الكرة الفيفا ٢٠١٠، قامت شركة نيك بأحد الاعلانات مع موقع الفيس بوك و خلال دقائق، كان قد سجل حوالى ٨ مليون مشاهد (كافثونت، ٢٠١٠).

## اليوتيوب

تعتبر اليوتيوب، التيتم تأسيسها في عام ٢٠٠٥، أكثر موقع شهرة للفيديو على الانترنت عالميا حيث يستطيع ملايين من الناس اكتشاف، مشاهدة، و مشاركة شرائط التسجيل قد تم إنتاجها من الأصل (اليوتيوب، ٢٠٠٥). و يوفر اليوتيوب منتدى للناس للتواصل، و إخبار، و إلهام الآخرين عبر العالم و يعتبر اليوتيوب واحد من أكبر المنصات للتوزيع لمحتوى الأصلي للمبدعين و القائمين على الاعلانات، سواء كان المحتوى كبير أو صغير. و يتمركز اليوتيوب بمدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا و يستخدم تكنولوجيا برنامج أدوبي فلاش فيديو لعرض محتوى من شرائط الفيديو الهائلة المتنوعة من إنتاج المستخدمين، و تشمل على لقطات أفلام، و كليبات تلفزيونية، و كليبات موسيقى، و أيضا تستعمل على المحتوى العلمى مثل مدونات شرائط التسجيل، و شرائط لتسجيل الأصلية القصيرة.

و في نوفمبر عام ٢٠٠٦، في خلال سنة من انطلاق الموقع، قامت شركة جوجل بشراء اليوتيوب في واحدة من أكثر المحادثات المكتسبة حتى الآن، و قد دخل اليوتيوب في عدد من علاقات الشراكة مع وكالت و شركات قائمة على توفير المحتوى مثل سى بى اس، و البى بى سى، و مجموعة يونيفرسال الموسيقية، و شركات مجموعة سونى الموسيقية، و مجموعة وانر الموسيقية، الرابطة الوطنية لكرة السلة NBA و قناة صنانس، و والكثير من الآخرين (اليوتيوب، ٢٠٠٥). و قد منح ليوتيوب عامة الناس موقع بيتا للموقع

في ماو عام ٢٠٠٥، بستة أشهر قبل بدء انطلاقه بشكل رسمي، فقد تطور الموقع بشكل سريع، و في يوليى عام ٢٠٠٦، أعلنت الشركة أن أكثر من ٦٥،٠٠٠ من شرائط التسجيل الجديدة قد يتم تحميلها كل يوم، وأن الموقع يستقبل مشاهدة ١٠٠ مليون فيديو كل يوم (اليوتيوب، ٢٠٠٥).

## تناقض الاعلام الاجتماعى و الشبكات الاعلامية

و وفقا دانيال ناشنس (٢٠١٠)، يعتبر الاعلام الاجتماعى صعب للتعرف ، و هو الطريق ذى اتجاهين بحيث يسمح ك بالتواصل . فهل هذا يعنى أن الاعلام الاجتماعى هو آلة للتواصل، فقط مثل أى شبكة اجتماعية أخرى؟ وهل يوجد أى اختلافات بين المفهومين؟ فيمكن أن يسمى الاعلام الاجتماعى أحد الأساليب و النتائج للإذاعة، بينما تعتبر الشبكات الاجتماعية أداة من الأدوات و خدمة ما من أجل التواصل مع الآخرين (كوهن، ٢٠٠٩؛ ستلتنزر ٢٠٠٩). و علاوة على ذلك، قد قام كوهن ألن أن «الاختلاف ليس فقط فى المعنى، و لكن فى السمات و الوظائف التى تكمن بهذه المواقع من خلال المنشأين بحيث تصدر الطريقة التى سيتم استخدامها من خلالها».

تعتبر الشبكات الاجتماعية ممثل للترابط و المشاركة حيث يرتبطوا الأشخاص ذو اهتمامات مشتركة ببعضهم لبعض و يقومون بتأسيس علاقات من خلال المجتمع. (كوهن 2009؛ هارتشورن 2010).

ففى الحقيقة، هناك اختلافات عديدة بين الاعلام الاجتماعى و الشبكات الاجتماعية (هارتشورن ٢٠١٠) و يمكن أن يكون أول اختلاف فى التعريف، فإزال الاعلام الاجتماعى أحد الوسائل الاعلامية التى يتم استخدامها أساسيا لارسال أو مشاركة معلومة مع الجمهور الهائل، فى حين أن الشبكات الاجتماعية تعتبر أحد الممثلين للترابط حيث يرتبط الأشخاص ذو اهتمامات مشتركة مع بعضهم لبعض و يقومون بتأسيس علاقات من خلال المجتمع (كوهن ٢٠٠٩؛ هارتشورن ٢٠١٠).

و يكون الاختلاف الآخر بينهم هو شكل التواصل كما أعلن بيديل (٢٠١٠). ففي الواقع، يعتبر الاعلام الاجتماعي ببساطة، إحدى قنوات التواصل، فليس موقع تقوم بزيارته، و على النقيض، تعتبر الشبكات الاجتماعية التواصل من الجهتين بحيث تكون المحادثات هي الجوهر و الصميم، و يم تطوير العلاقات ( بيديل ٢٠١٠، ديجيتل لينكس، ٢٠٠٨، هاتشورن، ٢٠١٠).

و يعتبر العائد على الاستثمار أيضا اختلاف بين الاعلام الاجتماعي و الشبكات الاجتماعية، فمن الصعب تحديد أرقام دقيقة لعائد على الاستثمار من الاعلام الاجتماعي ولكن إلى حد ما يعتبر العائد على الاستثمار من الشبكات الاجتماعية واضح (هاتشورن، ٢٠١٠؛ هوفمان و فودور، ٢٠١٠؛ ويلفونج، ٢٠١٠).

و بالتالي تعتبر الاستجابات الوقية و حقيقة « السؤال و الرد» اختلافات أخرى تكمن بينهم. و يعتبر الاعلام الاجتماعي عمل شاق و يأخذ وقت بحيث لا تستطيع من تفعيل محادثة فردية، بينما تعتبر الشبكات الاجتماعية تواصل مباشر بين المستخدم و الأشخاص الذي قد قام باختيارهم للتواصل معهم. و بالرغم من حقيقة أن في الشبكات الاجتماعية، يمكن للناس أن يقومون بكتابة المدونات و مناقشة أى شىء، إلا أن لا يسمح الاعلام الاجتماعي للمستخدمين بأتن يتلاعبوا بالتعليقات، و تصحيح الأخطاء بالبيانات الأخرى للاستفادة الشخصية أو العملية. بيديل ٢٠١٠، هاتشورن، ٢٠١٠، ناشنس، ٢٠١٠، ستلتنزر ٢٠٠٩).

و قد امتاز عام ٢٠٠٥ ببدء الكثير من الشبكات الاجتماعية مثل الياهو ٣٦٠، و اليوتيوب، و الفيس بوك. فكان الفيس بوك فقط لمجتمع هارفرد، و لكنه أصبح متاح لطلاب المدرسة الثانوية ( جسر، ٢٠١٠)، فكان تطور الفيس بوك يتعاقب بشدة حيث أن حصل على أكثر من مليون مستخدم جديد كا أسبوع.

و كان موقع الياهو ٣٦٠، قدأطلقت شركة ياهو، يمكن للأشخاص أن يقومون بإنشاء ملف شخصية لهم بألبوم صور و يتفاعلون مع الأشخاص الآخرين باهتمامات متشابهة أو التواصل مع بعض أصدقائهم مثل الكثير في الشبكات الاجتماعية (رودر، ٢٠١٠؛ ياهو، ٢٠١٠). فقد قامت ثلاثة جهات بإنشاء الياهو: موظفون الباي بال الذين رغبوا في ملك موقع بحيث تستطيع الناس أن تقوم بتحميل و مشاركة شرائط تسجيل كثيرة، فكان اليوتيوب ثورة في عالم الاعلام الاجتماعي بسبب أنه يتطلب ربط بسيط في العالم، حيث الآن هذا كان غيرسهل و غالبا مستحيل لنشر شرائط التسجيل على الانترنت.(PC،mag؛ ٢٠١٠)

## تويتر

في عام ٢٠٠٦، جاء ويدر من أجل التواجد فيحين كان الفيس بوك يفتح أبوابه لكل الأشخاص، فقد حصل تويتر على الشهرة الكثيرة بسبب أنه قد منح الخيارات الكثيرة مثل المدونة الصغيرة و يقوم بعض الأشخاص المشهورة باستخدامه ( جسر، ٢٠١٠؛ Tweeternet.com، ٢٠١٠).

و في عام ٢٠١٠، يتم هناك إنشاء العديد من الاعلام الاجتماعي مثل فريند فيد في عام ٢٠٠٧ الذي كان عملية لتوظيف كل ما هو جديد من الاعلام الاجتماعي و الشبكات الاجتماعية و قد حصل عليه الفيس بوك في عام ٢٠٠٩ ( جسر، ٢٠٠٩).

و قد تم إنشاء ping.fm في عام ٢٠٠٨ و تم تعريفه على أساس أنه «السحر الذاتي للمدونة الصغيرة و خدة موقع الشبكة التي تمكن المستخدمين م نشر العديد من شبكات الاجتماعية في نفس ذات الوقت. ( هندريكسون، ٢٠٠٨؛ بيريلو، ٢٠١٠).

و في عام ٢٠٠٩، تم اطلاق النت لوج المعروفة رسميا باسم فيس بوكس وبنج بوكس و تعتبر موقع الشبكات لاجتماعية بشكل خاص تهدف إلى الشباب الأوروبي الديموغرافي

(أب أيل، ٢٠١٠)، و قد تم إنشاء Google buzz في عام ٢٠١٠.

فتعتبر Google buzz إحدى الشبكات الاجتماعية و أدوات الرسائل التي تدمج إحدى برامج البريد على الشبكة الذي سوف يعمل من خلال خدمة Gmail المشهورة والتي سوف تسمح للمستخدمين من نشر أحدث الأخبار، و صور، و روابط لأعضاء شبكاتهم كما من الوصول إلى أنشطتهم على المواقع الأخرى مثل تويتر الفيس بوك (جوجل، ٢٠١٠، جروس، ٢٠١٠).

## تكنولوجيا الاعلام الاجتماعى

يساعد الاعلام الاجتماعى المحادثات على الوصول لجمهور أكبر حاصلين على الاستفادة من مفهوم « long tail » الذى يعنى أن المحادثات يمكن أن يتم ارساها لمتديات نختلف. و هناك قنوات تواصل عديدة فى التنظيم الذى يشمل على الاجتماعات، و المكالمات الهاتفية، و رسائل البريد الالكترونى. فلدى تلك القنوات حدودها الخاصة بها مثل نسيان رسالة ما، و أخذ ملاحظات أثناء الاجتماع، و البحث عن المعلومات فى قائمة هائلة من رسائل البريد الالكترونى التى يمكن أن تكون تحديا. و قد تزيد استخدام مواقع الاعلام الاجتماعى قنوات التواصل و تأثيرها فى المنظمة.

و الآن لا تحتاج الناس إلى إهدار وقتها بحيث أن أصبح من السهل لشخص ما إرسال الرسائل من خلال خدمة البريد السريع، أو تويت، الحصول على رد بشكل سريع بالفعل. و قد تم أيضا تحسين التعاون ما بين أعضاء الفريق فى منظمة ما بحيث قد نتج فى نتائج أفضل. فعندما يتم تحفيز و تشجيع الفريق على العمل كفريق ما واح يسمح لهم بمشاركة عبء عملهم، ستكون النتيجة هائلة و مذهلة مقارنة بما يمكن أن يفعله الفرد.

ففى مثل هذه المواقف، يعتبر الاعلام الاجتماعى أحد المصادر التى تسمح للناس ببعث و مشاركة الأفكار. فمن خلال التواصل و التعاون، يمكن للفرد زيادة التأثير العام

للفريق، و بالتالى يجب على الشركات أن تسمح لموظفيها الحصول على الاستفادة من شبكاتهم إذا كان لديهم ملف شخصى اجتماعى جيد. فهذا سوف يثمر بمكاسب مهنية حيث سيمكن الاعلام الاجتماعى من التعاون بدون وجود قادة فى أوجه صناعاتهم. و علاوة على ذلك، هذا سوف يساعد الموظفين على تواصل مع أحدث تطورات فى الصناعة و أيضا يظلوا فى تواصل مع القادة ذى المراكز العليا.

## الاستفادة من الاعلام الاجتماعى

«تعتبر السلسلة الكامنة لهذا الاعلام الاجتماعى الغير مدرك أو فوائده على المدى البعيد بسيط جدا» ( هولير، ٢٠٠٩). فسوف يساعد الدخول فى الاعلام الاجتماعى على تقوية التجربة العلامة التجارية التى سوف تدعم تأسيس المنتج. و تصبح الشركة أكثر جذابية للعميل، و للموظفين الحاليين و لمحتمل وجودهم، إذا كان لديهم اسم لعلامة تجارية جيد. و نتيجة لذلك، سوف يساعد الاعلام الاجتماعى فى تأسيس سمعة جيدة لمنظمة ما تجارية. فمن الممكن لكلمتين و صف إحدى المنتجات التجارية سواء فمكان المستهلك أو مكان العمل و من خلال إنشاء علامة تجارية، تساعد على تعزيز المنتج فى عقول المستهلكين. و من خلال الاعلام الاجتماعى، يمكن للشركة أن تكرر تعزيز اسم منتجها التجارى. و يخوض العملاء تجربة مميزات العلامة التجارية من خال استخدامهم للمنتج أو الخدمة أيضا عند التعامل مع الشركة ( كاراهر، بارنيل، كاراهر، بارنيل، و سويغان ٢٠٠٩). و يبدأ إدراك العلامة التجارية مع تجربة الموظفين بالشركة فإذا كانت الشركة ودودة و الأشخاص اجتماعيين، إذ ذن يجب على الشركة أن تجعل نفسها مرئية بالتضامن على الشبكة (كاراهر، بارنيل، و سويلين، ٢٠٠٩). و يعتبر منتدى الاعلام الاجتماعى هو ممثل الأسلوب القوى من أجل تواصل قيمة لعلامة التجارية و سماتها حيث انهم يقومون بتسهيل فتح أنماط التواصل.

فيعتبر الاعلام الاجتماعى هو الأفضل فى الماقف التالية:

- « تدعيم فتح لتواصل بين الموظفين و الادارين.
- « تمكين الموظفين من مشاركة أفكار مشاريعهم والعمل فى فرق بشكل مؤثر مهم يعد على مشاركة المعرفة و الخبرة.
- « يقوم أيضا الاعلام الاجتماعى بتدعيم محتوى أفضل مثل البث من خلال الشبكة، و شرائط التسجيل من نص بسيط فقط.
- « يساعد على التواصل بشكل تعاونى بين العملاء الحاليين و المحتمل وجودهم من خلال الحصول على التعليقات، التعريف بالمنتج، والتر بالمنتج، و أى شكا من أشكال خدمة أو تدعيم العميل.
- « تشجيع الأعضاء و بعض من موظفى الشركة حتى يصبحون أعضاء لمجتمع واعى جيد.
- « أصبح الاعلام الاجتماعى طريق ما جيد للمناقشات و أصبح الهدف الكلاسيكى للتسويق و التواصل، و لكن يلزم على الشركات التأكد بأن الموظفين يتبعون قواعد و الاعلام الاجتماعى و ادابه.

و تعتبر الطريقة الأخرى من أجل إنشاء ادراكا بالعلامة التجارية من أجل العمل من خلال أن تصبح جزء من منتدى موجود و تقوم بفتح منتدى جديد لأصحاب المصالح ((Kukulska-Hulme، ٢٠١٠)). فاذا كان هذا يمكن أن يتم تنفيذه بشكل جيد ، يمكن أن تنتج فى سمعة جيدة و بناء الدعم مما يبنى أن الأشخاص تميل إلى التحدث بشكل ايجابى عن الشركة بطرق عملية و مرهفة بالغة الدقة ( كاراهر، ٢٠١١).

و يعتبر أكبر التحديات العظمى للاعلام الاجتماعى هو أن تكن مصدر وثق به و له مصداقية للتواصل بحيث أنها ليت لسيطرة الدمار، فيمكن أن يتم استخدام الاعلام ليكون واقعى، و مصحوب بالشفافية، و من أجل القدرة على تواصل المواضيع فى

الوقت المحدد. و من ثم، التقليل من الاشاعات، والمحادثات السلبية، و دفع الناس للتحديث عن الشركة (هولير، ٢٠٠٩).

فهناك العديد من الخدمة المدفوعة المتاحة لمراقبة المحادثات على الشبكة، و يقومون بتنفيذ التحليل الكمي و النوعي لکیفیتة تبيع المناقشات و کم عدد المعلومات التيتم نشرها على الانترنت؟

و قد أصبح الاعلام الاجتماعي مثل الفيس بوك، المدونات، و اليوتيوب مصادر عظمي للتأجير. فيعتبر منوق لينكد ان مصدر آخر مشابه لهم يقوم باستخدامه الأشخاص القائمين على توظيف الموظفين، و تستخدمه حوالي ٨٠٪ من اشركات لاجراء عمليات التوظيف. و قد أصبح أيضا الاعلام الاجتماعي من أسهل الطرق التي تحسن النتائج و تولد اهتمام طبيعي بالعمل الذي يقوم بتنفيذه الموظفين. فاستخدام تلك وسائل الاعلام، يمكن للشركات أن تتبع ابداعات موظفيها و حماسهم.

## الخاتمة

يعتبر مخزي نجاح الاعلام الاجتماعي هو المحادثات، عندما يتم استخدام موقع اجتماعي للتجارة، فتقوم بتكبير المحادثة من خلال التذبذب البطيء الذي سوف يعلن عن اسم لعلامة التجارية. و يجب على الشركة أن تخصص الوقت و المجهود للرد على ردود العملاء. و يعتبر الاعلام الاجتماعي أسلوب ذا تأثير مكلف لتسويق الأنشطة (باريدون و كاراهر، ٢٠٠٩)

فيمن أن يتم استخدامه مبدئيا لتسويق المنتجات و الخدمات بتكلفة ضئيلة. و أثناء ما يكون ليس لدى الشركات المال لكافي، يلزم عليهم أن يصبحوا حرصين على أين، و متى، و من من سوف يقومون بشراء المنتجات و البضائع، فيشمر عن الافترة الركود نقص الثقة في العمل.

و بسبب الشروط الصارمة للاقتصاد، يمكن أن تتخذ الشركات العديد من القرارات الغر أخلاقية التي تؤثر على العملاء بطريقة سلبية (و كاراهر، بوكانان، بؤيا؛ ٢٠١٠). فهذا مكان ما يلعب الاعلام الاجتماعى دوره. فيعتبر الأسلوب الأقل تكلفة لتسويق و الاعلان، و لكنه أيضا منح علامته التجارية مصداقية من جانب عملائها. و يسمح الاعلام الاجتماعى التواصل من الجهتين بين المنتج و العملاء و يمكن العملاء من التفاعل مع اهتمامات العملاء.

و نتيجة لهذا، إذا لم يكن هناك أى استجابة من العمل بشأن الاهتمامات، سيعتبر العملاء الشركة غير موثوق بها. و علاوة على ذلك، سوف تخسر الشركة اخلاص و مصداقية العلامة التجارية. فليس الاعلام الاجتماعى مكانا لتسويق المنتجات و البضائع للشركة فقط، ولكنه أيضا مكان لتفاعل مع العملاء لمحاولة و حل مشاكلهم. نعم، يعتبر الاعلام الاجتماعى الآن من العوامل الرئيسية فى معظم حياة الناس العملية.



## استخدام الاعلام و قيم الانسان

نبذة عن الفصل

تشير الأبحاث أن كل من القيم و بعض التأثيرات الاعلامية تتطور ببطء في إطار زمني مماثل. فقد استخدمت الدراسة الحالية بيانات متبادلة تم تجميعها خلال الجولة الثانية من الاستطلاع الاجتماعي الأوروبي الذي يشتمل على واحد و عشرين سؤال للنظر إلى الروابط بين القيم الفردية، والتعرض إلى الجرائد، و أخبار التلفاز، و الترفيه، و الأخبار الاذاعية، و الانترنت. و تقوم النتائج بتوجيه الدعم للمناقشات، و أوجه النظر التي يقوم الاعلام بازاحة الستار عنها و على وجه الخصوص يرتبط التلفاز في نطاق المتعة و الترفيه و استخدام الانترنت لاتجاهات القيم.

### محتوى الفصل

- « المقدمة
- « النقد الأدبي
- « أوجه النظر
- « الأساليب
- « معايير القيممعايير استخدام الاعلام
- « النتائج
- « المناقشات و الخاتمة

### المقدمة

قد كشف الباحثون بمجال التواصل النقباب عن العلاقة بين استخدام الاعلام و القيم في طرق محدودة فقط. بينما أطلق الباحثون الأساسيون العنان بشأن تأثير أنواع معينة للتواصل على أحكام قصيرة المدى، و التواصل المستدام، و خصوصا التواصل الذي

يلعب دور الوسيط - الذى يمكن ان يكون يلعب دور الوسيط- من أجل تأثيرات للمدى البعيد. و قد وصف البحث التجميى عملية التنشئة الاجتماعية، على وجه الخصوص، بأنها تؤكد على التأثير التركمى من خلال أجزاء الثلاثة المعنية بعرض الاعلام، ورسائل الاعلام، و مؤسسات الاعلام.

و من خلال التأثيرات التجميية، تظهر أيضا القيم الجوهرية لتطور على المدى قريب إلى حد ما إلى المدى البعيد من خلال التفاعل مع العالم الاجتماعى. و فى الواقع، تظهر القيم الجوهرية أنها «تم اقتباسها، و تدريسها، و إدخالها من المجتمع و مؤسساته» بنفس القدر الذى يعرض الاعلام الإخبارى، و الغير إخبارى أهداف المؤسسات الاجتماعية، فيجب على مثل ذلك الاعلام أن يكون له تأثير على القيم الفردية. يتناول الحوار الحالى المكتوب هذه التوقعات باستخدام بيانات عام ٢٠٠٤، من الجولة الثانية لاستطلاع الرأى الاجتماعى الأوروبى، أحد أكبر استطلاعات الرأى الأكاديمية للمواطنين الأوربيين. فتبين هذه البيانات انها مفيدة لاختبار العلاقات بين القيم الفردية و استخدام الاعلام لأنها تتضمن أساليب معيارية ذات قيم شاملة غير معتاد بها، و استمارة استبيان القيم لشوارتز.

فى حين أن عدد من الأدوات قد ظهرت على مر السنين لقياس القيم، تم تصميم استمارة استبيان القيم، الواحدة و عشرين سؤال كنسخة صغيرة لقيم شوارتز المجردة خلال الجولات الأولى لاستطلاع الرأى الاجتماعى الأوروبى. و يهدف عمل شوارتز إلى تقييم عشر قيم التى قد قام باقتباسهم من أعمال Rokeach و لذلك أشار إلى توفير صورة ما كاملة للقيم الفردية و الاجتماعية. فقد قام شوارتز بتعريف القيم على أنها سمات فردية يبحث تخدم مثلها الأهداف الانتقالية على حسب الموقف تخدم متنوعة فى الأهمية التى تخدم بمثابة مبدىء أساسى فى حياة الشخص أو المجموعة». و أثناء تقديم لاقتراحه أمام لجنة استطلاع الرأى الاجتماعية الأوروبية، أشار شوارتز إلى

أن قد أصبح مدخله إلى مقياس القيم المعيار العالمى بسبب شموليته، صحة مصداقيته الراسخة، ملائمته للاستخدام فى استطلاعات الرأى. ويتطلب مدخل Rokeach ، على النقيض، إجراء عملية تصنيف التى ليس من السهل ربطها بإحدى مقابلات استطلاع الرأى. وقال أيضا شوارتز أن تفقد معايير إنجلهارت المادية و ما بعدها الشمولية. و وفقا لدراسة سابقة لبيسلى الذى قد استخدم الجولة الأولى لاستطلاع الرأى الاجتماعى الأوروبى للنظر إلى استخدام الاعلام، و القيم، و المشاركة. فالهدف هنا ليس المناقشة من أجل نموذج لقياس قيم معينة، و لكن من أجل الاستفادة من ميزة شمول استمارة استبيان القيم لاستطلاع الرأى الاجتماعى الأوروبى.

إن الدور الراسخ للقيم اتجه التوقع بالتأثير مثل المشاركة، و سلوكيات أخرى لصالح المجتمع هو سبب أهمية دراسة علاقة الاعلام و القيم ببعضها لبعض، و بعام ٢٠٠٨، كانت قد أكثر من ٧٥٠ دراسة من منهج أكاديمية على النحو مستشهادة بمقال الأولى عن مقياس القيم وكان قد حصل أكثر مقال لإنجلهارت يستشهد به على أكثر من ٢٠٠ استشهاد من سلسلة مجالات مشابهة.

ووفقا لمبدىء الشمولية، قد ناقش شوارتز بأن يمكن للمقاييس العشرة ذات بعد الامسك بكافة قيم الانسانية المحتملة. و تتضمن هذه الأبعاد:

« القوة: الطبقة و المركز الاجتماعى، و التحكم، و السيطرة على الأشخاص و المصادر.

« الانجازات: النجاح الشخصى من خلال إظهار الكفاءة و الجدارة وفقا للمعايير الاجتماعية.

« العالمية: الاستيعاب و الادراك، و التقدير، و التسامح، و حماية رفاهية كل الناس و للطبيعة.

« النزاع من أجل الخير: الحفاظ على رفاهية الناس و تطويرها مع الذى كون فى

تواصل بشكل دائم.

« توجيه الذات: الأفكار المستقلة و اختيار القيام بالأفعال، الابداع، و الكشف عن الشئء.

« التحفيز: الاثارة، و الابتكار، و التحى فى الحياة.

« مذهب المتعة: المتعة و احساس بالرضا اتجاه النفس.

« التقاليد: الاحرام، و الالتزام، و قبول العادات و الأفكار التى تمد الثقافات التقليدية أو الدين بها النفس.

« المطابقة: أفعال محدودة و مقيدة، التدخلات، و التوجه بمثابة لإذائة أو عبس الآخرين و اختراق التوقعات الاجتماعية أو عاداتها.

« الأمن: الأمان، و الانسجام.

و يمكن أن يتم رؤية العشرة أبعاد للقيمة، الذى قام شوارتز بوصفهم، وفقا لبعدين آخرين حيث يتضمنوا على مجموعات فرعية من العشرة أبعاد: أكثرهم شيوعا بعد تناقض التعزيز الذاتى (القوة، و الانجازات) مع التفوق الذاتى (الذى يتضمن العالمية، و النزاع من أجل الخير) أو (ST-SE) و تناقض الانفتاح للتغيير (الذى يتضمن التوج الذاتى، و تحفيز، و مذهب المتعة) مع بعد الحافظ ( التى تتضمن التقاليد، و المطابقة، و الأمن) أو (OTC- Cons) و من الجدير بالذكر أن يستخدم شوارتز كثيرا مصطلح قيمة « الحفاظ» بدلا من مصطلح « المحافظة» الذى يمكن أن يستخدمه الأرين.

و قد أوضح شوارتز أن عمله يتغى الناحية المفهومية فى عدد من المجالات مع مدخل إنجلهارت الحديث ذى البعدين لمقياس القيم التى تمدد بعمل مسبق معروف جيدا على القيم المادية و ما بعد المادية التى قد تم استخدامها فى عدد من دراسات التواصل التى يتم وصفهم بالأسفل. و يشتمل النموذج الذى تم إعادة صياغته على تناقض العلمانية ذى توجه عقلى مع بعد التقاليد و تناقض التعبير الذاتى مع بعد الاحياء. و فى إطار هذا

هذا المدخل الذى تم إعادة صياغته، يقوم البعدين بالامساك بما قد تم تناوله مسبقا في اتجاه أقل احتمالا من قبل أسس إنجلهاتر المادية وما بعدها.

و علاوة على ذلك، يملك مدخل إنجلهاتر الجديد مفاهيم متشابهة مع عمل شوارتز ، و على وجه الخصوص ، فقد قام كل منهما بتسليط الضوء على التشابهات بين تناقض العلمانية ذى توجه عقلى مع بعد التقاليد و الأسس الكامنة تحت تناقض الانفتاح للتغيير مع بعد الحفاظ (OTC- Cons) و أيضا على التشابهات بين تناقض التعبير الذاتى مع بعد الاحياء و الأسس الكامنة بتناقض التعزيز الذاتى مع التفوق الذاتى (ST-SE). و لكن يوجد هناك أيضا بعض التشابهات بين التعبير الذاتى مع بعد الاحياء الأفكار المرتبطة بتناقض الانفتاح للتغيير مع بعد الحفاظ (OTC- Cons) . وهذا متمم بسبب استخدام المحللون للأمم بدلا من الأفراد كوحدات للتحليل. ولكن من المهم، يؤكد كل من مدخل شوارتز و مدخل إنجلهاتر على التناقضات بين ما يمكن أن يتم إدراكه بطريقة شائعة كقيم تعتبر أكثر ليبرالية و أكثر حفاظا بشكل نسبي على الأقل من خلال البعدين.

## الاعلام و القيم

و بالرغم من النطاق الأدبى الشديد على القيم الانسانية، قد دمج العلماء بمجال التواصل بشكل نادر هذا العمل مع أبحاثهم. وتشتمل الاستثناءات على بحوث المتوجهة نحو المستهلك اتى قد حاولت بتنبأ استخدام الاعلام مع فئات القيم التى قام Rokeach بها. و أيضا أوضح Sotirovic and McLeod أن القيم التى فاقت المادية تلعب دور الوسيط بشكل إيجابى لعلاقة إيجابية بين استخدام الجرائد و الصحف و المشاركة السياسية، بينما تلعب القيم المادية دور الوسيط بشكل سلبى بين استخدام التلفاز و القيم. و استخدم هولبرت مفاهيم إنجلهاتر بالبحث باستخدام الاعلام فى مجال التدعيم تناقض القيم المادية ( مثل الدفاع) مع ما الاستهلاك الذى فاق المادية (مثل البيئة).

و أيضا فى أوائل الثمانينات، و قام مجال مختبر باختبار تأثير البرنامج التلفزيونى الفردى على القيم التى ترتبط بالحرية، و المساواة، و البيئة م النتائج الايجابية.

تناولت بحوث أخرى للتواصل الجماعى مساهمة التلفاز للقيم المرتبطة بالحياة المدنية.

و أخيرا استخدم بيسلى أول استطلاع رأى اجتماعى أوروبى لإظهار استخدام النطاق الترفيهى بالتلفاز الذى يرتبط بمستوى أقل للمشاركة المدنية من قبل هؤلاء الذين يشيرون إلى قيم أكثر علو «الانفتاح للتغيير» و التفوق الذاتى» و هؤلاء الذين يشاهدون النطاق الترفيهى بالتلفاز بشكل كثير، فهو ترابط دائم مع العملية العامة للجمع. فيظهر هؤلاء الذين يتجهون فى نطاق قيمة شوارتز، «الحفاظ» و المستويات الأعلى من استخدام النطاق الترفيهى بالتلفاز للمشاركة بشكل أكثر بينما يكون هناك علاقة بسيطة بين استخدام النطاق الترفيهى بالتلفاز و قيم تعزيز النفس.

## أوجه النظر

و ببحوث سابقة محدودة ممنوحة، يكون من الصعب التنبأ بالعلاقات المتواجدة، و لكن من الممكن أن تطور مجموعة ما من أوجه النظر المؤقتة بالنظر إلى العلاقة بين القيم و تنوعات الادارة المدنية التى قام الباحثن السياسيون بمال التواصل الاجتماعى بدراستها. وفى هذا الشأن، تؤكد أعمال بيسلى، و سوتيروفيك، و ماكلويد على التأثير الضار لدى النطاق الترفيهى بالتلفاز على المشاركة و السياسية فى كل من الولايات المتحدة و أوروبا.

و بناء على العلاقة الدائمة بين النطاق الترفيهى بالتلفز و القيم المادية و الادارة المدنية الأقل، فمن المتوقع أن استخدام مستويات الترفيه بالتلفاز سيكون ايجابيا مرتبط ب كل من أسس قيم OTC-Cons

ST-SE. و بشكل آخر، سوف يكون للأفراد الذين يبلغون مستويات أعلى بالنسبة للنطاق الترفيهي بالتلفاز، الذي يتم عرضه، قيم حفاظ و تعزيز أعلى (و بالتالي، سيكون لديهم قيم انفتاح لتغيير و تفوق ذاتي أقل).

أيضا تدعم بحوث نظرية الغرس الثقافي تلك التوقعات. و طوق جورج جربنر نظريته الأولى باطار دور التلفزيون كنمط من أنماط السيطرة الاجتماعية السائدة و يؤدى بحثه عن العنف مثل تلك المواضيع. و بنطاق آخر، تهتم بحوث بمجال غرس الثقافة على تهميش و قهر المرأة و الفصائل الأخرى، كما تهتم أيضا بالمواضيع مثل البيئة.

و في هذه الحالات، يناقش علماء بمجال الغرس الثقافي أن برامج التلفاز تلعب دور من أدوار المحافظة من خلال المساعدة على ابقاء هياكل القوة. و أكدت البحوث، في الأونة الأخيرة، دور التلفاز في غرس الميول الاستهلاكية، التي تعتبر إحدى العناصر المؤدية إلى قيم التعزيز الذاتي.

« سوف يكون العرض التلفزيونى بنطاق المجال الترفيهى ايجابيا المرتبط بقيم : أ) قيم OTC-Cons , و ب) قيم ST-SE

التوجه إلى ما بعد النطاق الترفيهى بالتلفزيون، على الرغم من تغير التوقعات، وكما أشارت نقاط البحث للتأثير المدنى الايجابى للانتباه إلى الأخبار، و قد تم ربط هذا الهمل للقيم بالبحث بدلائل تقترح أن تدخل تلك القيم ذى المستوى العالى التى تفوق القيم المادية لإنجلهات أكثر فى الأنشطة المدنية. و بناء على العلاقة الايجابية على وجه العموم بين أنماط متنوعة من استخدام الأخبار و بين الارتباط، و بين القيم التى فاقت الجانب المادى، يكون من المتوقع وجود إحدى العلاقات السلبية بين استخدام الاعلام بالمجالات العامة و أسس قيم ST-SE أ OTC-Cons. و بشكل آخر، كما يزيد استخدام الاعلام بالمجالات العامة، سوف تتجه الأفراد من قيمة الانفتاح للتغيير إلى

قيم الحفاظ، و من قيم التفوق الذاتى إليقيم التعزيز الذاتى.

« سيتم ربط استخدام الاعلام بمجالاته العامة للعرض ( التلفاز، و الإذاعة، و الصحف) بشكل سلبي ب (أ) قيم OTC-Cons , و ب) قيم -ST- SE

بدون المعرفة ماذا تستخدم المواقع و المصادر الأخرى للرد على الانترنت، يكون من الصعب تشكيل وجهات نظر بشأن العلاقة المحتملة بين استخدام الانترنت و القيم الانسانية التريتم ابلاغها.

بينما كان الوعد السابق للانترنت تطور أوجه عامة متنوعة كثيرة بحيث تساعد الأفراد لرؤية الجانب الأخر من أنفسهم، تظهر الحقيقة بشكل متكامل مختلفة عن ذلك. و يقترح دليل سابق أن الأفراد يستخدمون الانترنت بشكل أساسى من أجل الترفيه و التمتع بدلا من التواصل و الارتباط بالمجتمع. و تشير مناقشات أخرى إلى أن استخدام الحاسوب يؤدي إلى التركيز على اهتمامات فردية محدودة بدلا من اهتمامات المجتمع.

و أشارات الاستعارات إلى أن الانترنت يعزز من وجود الرؤى بدلا من تهيتها من أجل التغيير. ففي أوروبا، أوضح واحد من استطلاعات الرأى أن كانت البريد الالكترونى ( ٧٨٪ من المستخدمين) و البحث عن بنود و مواضيع موضوعية (٧٣٪ من المستخدمين) أكثر الاستخداما السائدة للانترنت مشيرا إلى أن الاحتمالية الضئيلة للتفوق الذاتى أو زيادة الانفتاح إلى الحاج. و لم يتناول استطلاع الرأى على وجه الخصوص استخدام المواقع بشكل صريح و مفرط للأغراض الترفيهية. و فيما يتعلق بالقيم، أشارت بحوث التسويق إلى العلاقة بين استخدام المراهق للانترنت من أجل الأنشطة مثل الألعاب، و التواصل الاجتماعى التى تظهر أكثر ارتباطا بقيم التعزيز الذاتى. و قد أشار البحث أيضا إلى الارتباط الايجابى بين « الطموح» و « استخدام الانترنت المفيد» الذى يشتمل على مهام متوجهة نحو العمل، و أيضا يرتبط على الأرجح بالتعزيز الذاتى.

و يشير بحث آخر إلى الارتباط بين القيم المادية المرتبطة بالمستهلكين و التسوق عى الانترنت القهرى. و على الأرجح يتباين أن يمكن لاستخدام الانترنت أن يرتبط بقيم الانفتاح للتغيير بسبب «طرف» من OTC-Cons و تشتمل الاستمرارية على مذهب المتعة.

وبالتالى قدمت مغامرة وجهتين نظر منفصلين.

« سيتم ارتباط عرض الانترنت بكل سلبي بقيم OTC-Cons .

« سيتم ارتباط عرض الانترنت بشكل ايجابي بقيم ST-SE .

تشير وجهات النظر المقترحة إلى العلاقة الطارئة الدارجة من استخدام الاعلام إلى القيم، على الرغم من عدم احتمالية، وفقا للاستخدام البيانات المستعرضة، اختار الطوارئ. فى الواقع، فى حين ما كان تم استخدام بحوث غرس الثقافة بالأعلى من أجل تدعيم المحتوى لذى يساهم به الاعلام لتنشئة الاجتماعية و أعمال الاستخدام و الارضاء أيضا أوضحت هذا. بينما يمكن أن يؤدي استخدام الاعلام إلى تطوير القيم ( على مدى طويل الأمد) و يمكن أن تؤدي القيم بشكل متساوى إلى استخدام الاعلام (على المدى القصير).

فتعتبر الدراسة الحالية ليست دراسة غرس ثقافة بسبب أنها لا تتناول محتوى الاعلامى =و المؤسسات الاعلامية، و لكن يرتبط واحد من انتقادات الدائمة لبحث الغرس الثقافى هنا. و قد واجه مثل هذا البحث انتقادات بسبب استخدامه لمقاييس العرض البسيط لاستخدام التلفزيون. كما فى العمل السابق، تشتمل الدراسة الحالية على سلسلة من المجالات العامة بمقاييس العرض الاعلامى كما بكل من مقاييس التلفزيون بالمجالات العامة و المجالات الغير عامة.

## الأساليب

توفر اللجنة الأوروبية، و مؤسسة العلوم الأوروبية، و مؤسسات البحث الحكومية

في مشاركة مشاركة الدول التمويل الجوهري لاستطلاع الرأي الاجتماعي الأوروبي. و مثل استطلاع الرأي الاجتماعي العام بالولايات المتحدة، قامت اللجنة التعاونية لاستطلاع الرأي الاجتماعي الأوروبي بتصميم استطلاع أكاديمي ليكون بأعلى جودة. و قد تم جمع بيانات استطلاع الرأي لعام ٢٠٠٤ باستخدام مقابلات فرد لفرد في أغلب مناطق الدول الأوروبية بين شهري أغسطس و ديسمبر ( جمعت لجنة استطلاع الرأي الاجتماعي العامة البيانات من شهر فبراير إلى شهر ابريل) بمعدل استجابة هادف ل ٧٠٪. فمثلا كان مع استطلاع الرأي العام، لم يكن هدف استطلاع الرأي الأوروبي دراسة ظواهر المدى القصير، و لكن بديلا عن هذا كان يهتم مشروع استطلاع الرأي بالتغيير على طويل الأمد في المتغيرات مثل القيم التي يجب أن تظل نسبيا مستقرة على المدى القصير. و تكون متاحة التفاصيل كاملة لاجراءات الاستطلاع من موقع استطلاع الرأي الاجتماعي الأوروبي ESS.

وتم استخدام بيانات عام ٢٠٠٤ التي تم تجميعها من اثنا عشر دولة أوروبية من أجل استطلاع الرأي لقيمة شوراتزالتى كانت متاحة. و بالرغم من ما تم ذكره بالأعلى، كان الهدف اختبار العلاقة بين استخدام الاعلام، و القيم، و ليس لمقارنة بين الدول. و كان الدول تتضمن النمسا، و بلجيكا، و سويسرا، و ألمانيا، و دينمارك، و لوكسمبورغ، و المملكة المتحدة، و فنلندا، و ايرلندا، و انرويج، و السويد. و قد ناقش هيلين و مانشيني أن تشارك كل تلك الدول ماعدا المملكة المتحدة و ايرلندا « ديمقراطية مشتركة» مشابهة لنظام الاعلامى التي يتم إضاحها بدوائر الحف المنتشرة و تاريخ الاعلام الذى يريعه الدولة شاملة على البث العام.

و على الرغم من إخبارهم أن تشارك المملكة المتحدة و ايرلندا بكثير من صفات تلك الدول في حين معرفة بشكل إضافي أن هناك نوع عام نحو تزايد الأسلو الأمريكى، النظام الاعلامى المدفوع للتسويق. و من المؤكد أن لكل دولة تقاليدھا الخاصة بها

لا استخدام الاعلام و تطوير اهتمام الفرد المستحق، الانتباه لكل من الامتداد و التركيز بشكل خاص على القيم، و ما يتم تحويله بدون استخدام الاعلام.. و يوفر موقع مركز الجنرال الأوروبي فكرة عامة عن كل نظام اعلامى بكل دولة أو «منطقة».

## مقاييس القيم

باتباع الارشادات التى منحها استطلاع الرأى الاجتماعى الأوروبى، تم إنشاء ثمانية و أربعين مقياس لبعدين لقيمة أعلى لتناقض «الانفتاح لتغيير مع المحافظة» و تناقض التفوق الذاتى مع التعزيز الذاتى و يكمن هدف الأسئلة على كل بعد من الثلاثة أبعاد فى جدول واحد. و يتم سؤال المستجيبين عن قول إلى أى مدى يشير كل بيان مثل رؤيتهم. و يتضمن نطاق رد الفعل : ١- « مثلى جدا»، ٢- «مثلى»، ٣- إلى حد ما مثلى»، ٤- « ليست مثلى»، ٥- « مثلى قليلا»، « ليست مثلى نهائيا». و سوف يشير هؤلاء المعروفين للعالم Rokeach بأن بينما يناقش شوارتز أن عمله يعرض توسع لمقياس القيم الخاص ب Rokeach، حيث يصف المستجيبون فقط أنفسهم، و ليست الوسيلة المفضلة أو نهاية القيمة للمجتمع بالكامل. و ناقش شوارتز أن من المحتمل استخدام مثل هذه الأسئلة من أجل الحصول على قيم متسلسلة داخل و بين الثقافات.

يتضمن تجميع مقاييس القيم فى بعدين عدة خطوات. أولاً، تم اكتساب خمسة متغيرات من قياس المحافظة و أربعة متغيرات لقياس التعزيز الذاتى لكى تشير الأعداد الأعلى لكل متغيرت إلى مستوى مرتفع للمحافظة أو لتعزيز الذاتى. و بالتالى، يتم إنشاء متغيرات مركزية جديدة من خلال حساب متوسط إجابة كل مستجيب لكل أسئلة القيم باستطلاع الرأى الاجتماعى الأوروبى ESS و طرح هذا المتوسط من اجابة كل فرد ( مثال: يتم تمركز كل متغير على أساس متوسط كل المتغيرات بالمستوى الفردى). و أخيراً، يتم جمع المتغيرات المتمركزة على التى تقدم قيم الانفتاح لتغيير و المحافظة من أجل عمل OTC-Cons (ألفا = ٧٣) و تعرض المتغيرات المرتكزة قيم التفوق

الذاتي و تم جمع قيم التعزيز الذاتي مع بعض لانشاء نطاق ST-SE ( ألفا = ٦٨). و  
يعنى ٥١ هدف مرتفع لنطاق OTC-Con أن الشخص عبر عن قيم باتجاه المحافظة  
كثيرة بينما هدف مرتفع لنطاق ST-SE يعنى أن الشخص قد عبر عن قيم شخصية  
مرتبطة بنطاق التعزيز الذاتي. فتعتبر مصداقية النطاق مشابهة لهؤلاء الذين تم ذكرهم  
بالجولة الأولى لاستطلاع الرأى الاجتماعى الأوروبى، ٥٢ و بينما يعكس على الأرجح  
انخفاض إلى حد ما بالمقاييس مع متغيرات أساسية كثيرة جدا حقيقة استخدام مدخل  
البعدين هنا بأنه تبسيط الهيكل امعقد لمدخل تشوارترز.

و تعتبر العلاقة بين ترتيب الدولة المشابهة لما ذكر تشوارترز للجولة الأولى لاستطلاع  
الرأى الاجتماعى الأوروبى، فتقع النمسا و سويسرا أقرب إلى نهاية OTC لنطاق  
OTC-Cons. فى حين أن تقع ايرلندا و نرويج أقرب إلى نهاية لمحافظة . و تقع فنلندا  
و سويسا بنهاية التفوق الذاتى لنطاق ST-SE مع النمسا و بريطانيا العظمى بنهاية  
التعزيز الذاتى.

## مقاييس استخدام الاعلام

تشتمل الدراسة الحالية على خمسة مقاييس لاستخدام الاعلام: التعرض لأخبار  
التلفزيون، التعرض التلفزيون شكل ترفيهى و ليس للأخبار، استخدام الصحف بجميع  
مجالاتها، و استخدام الراديو بجميع مجالاته. فى حين ما يشتمل المقياس المفضل لاستخدام  
الاعلام على تقييم كما من التعرض و الانتباه، يتم ضمان فقط مقاييس التعرض للاعلام  
باستطلاع الرأى الاجتماعى الأوروبى. و فى حين أن يكون هذا أقل من المثالى، يجعل  
تدخل استمارة استبيان القيم باستطلاع الرأى احتمالية توضيح العلاقات بين اقيم و  
الاعلام.

تستخدم كل أسئلة الاعلام شاملة على التلفاز، و الصحف، و الاذاعة، و التعرض

للاترنترنت مقاييس لسبع نقط مع أسئلة التي يتم طرحها على المستجيب لاستطلاع الرأي، مثل: «في يوم ما بنصف الأسبوع، كم من الوقت، في المجمل، تستغرقه في مشاهدة التلفاز؟» فيعطى المستجيب مستوى ما للاجابة بتزايد بدء من «ليس هناك وقت على الاطلاق»، «أقل من نصف ساعة»، و «من نصف ساعة إلى ساعة»، وهكذا حتى زيادة للمستوى الثامن «أكثر من ثلاث ساعات»، ويتم ترقيم الزيادات من صفر إلى سبعة.

و يتم سؤال المستجيبين الذين أشاروا إلى أنهم يشاهدون على الأقل التلفاز نصف ساعة: «كم من الوقت تستغرقه في مشاهدة البرامج عن السياسة والأحداث الجارية؟» وكما في عمل سابق، يتم القيام بمتغيرات استخدام التلفاز بشكل ترفيهي عن طريق طرح الترضللتلفاز بمجالاته العامة من التعرض المجمل للتلفاز. وتعتبر البرامج الغير اخارية على الأرجح برامج ترفيهية، ولكن من المستحيل أن تعرف ما إذا كانت برامج رياضية، أو برامج خيالية، أو برامج من نوع آخر. وتشير افتراضية، مع الاستمرارية بالبحث في مجال الغرس الثقافي، أن الجزء الأكبر من التلفاز الذي لا يقوم بعرض أنباء إخبارية تلفاز يقوم بعرض برامج ترفيهية شاملة على المحتوى، الذي يعكس العالم الإخباري بحيث يكون الاستهلاك هو النمط، أو على الأقل، يتم تدعيمه من جهة الإعلان. وتشتمل التقسيمات العامة لشؤون العامة بالبرامج على محتوى مدعم خاص و عام، على الرغم من أن يجب أن تقوم الاختلافات المحلية المتبادلة بجمع مثل هذه الاختلافات.

و تشتمل النماذج على العمر، و النوع، و التعليم، و الدخل. فكان يتم مقياس السن بالسنوات، و كان النوع شفرة وهمية (الذكر = ١)، و كان يتم قياس التعليم بالرقم الاجمالي لسنوات بالمدرسة. بالنسبة لدخل الأسرة، كل دولة لها مستوى من ١٢ نقطة خاص بها و كل نقطة فردية بالمستوى بدلا من أن يتضمن دخلهم بعملتهم القومية في

مجموعة البيانات النهائية و و يتم تحديدها كدخل منخفض، متوسط، مرتفع بواسطة الدولة. و ما إذا كان محتمل أن كان يتم ضمان المتغيرات الوهمية من أجل التعريف الذاتى للكاثوليك أو البروتستانت الرومانى. و يمثل هؤلاء الذين لم يتم تعريفه بانتمائهم إلى أى دين المجموعة المناقضة.

و بناء على النموذج الذى تم منحه الطبيعة المتداخلة لاستطلاع الرأى الاجتماعى المتداخل (تم ادخال المستجيبين للاستبيان بالدول) و تستخدم هذه الدراسة SPSS برنامج فرعى متعدد النماذج باستخدام على الأرجح أقصى درجات التقدير. و يوصف هايس مثل هذا النموذج بأن من الأدوات المهمة لهؤلاء المهتمين بالبيانات يتم ادخال صفات المستوى الفردى ( التأثيرات المحددة ) مع المتغيرات الأخرى ( التأثيرات العشوائية). و يمكن استخدام النموذج المختلط مستوى الانتباه و التركيز للمتغيرات المؤثرة للفرد « المحددة» و المؤثرات « العشوائية» بالمستوى الأعلى. و يوفر مدخل نموذج SPSS المختلط تقديرات بحيث يمكن أن يتم قرأتها بشكل ما يشابه المعاملات الغير موحدة التى تنتجها انحدار مربعات الصغرى على أقل OLS .

و بالنسبة للدراسة الحالية، لكل متغير مستقل ثلاثة نماذج مختلفة يتم استخدامهم للمقارنة المعيار المرتبط للتغير الموضح بكل مجموعة جديدة من المتغيرات المستقلة. أولاً، يشتمل نموذج « عديم الفائدة» إحدى الاعتراضات فقط بالمستوى العشوائى. فيعتبر هذا النموذج مناسب لإحدى الطرق الواحدة ANOVA مما يعنى أنعا تقوم بتقييم إلى أى مدى توضح المتغيرات المستقلة السامية للدولة المتغيرات الغير مستقلة ( OTC-Cons و ST-SE).

و يعتبر هدف نموذج متعدد المستويات القدرة على ضمان متغيرات مستقلة بمستوى عشولئى. و لكن ، بالدراسة الحالية، يعنى تدخل ثمانى دول أوروبية غربية أن كان هناك تنوع بسيط جدا يتم اعتباره لمستوى الدولة ( حول ١٧, ٣٪ من OTC-Cons

و ٥٨, ٢٪ من نموذج SE-ST مستخدم تقدير المرتبط بالأقسام الداخلية. و لهذا، ليس من العجيب أن ليست هناك دولة قامت بتوفير قيمة التوضيح، على رغم من أن لم يت ضمان متغيرات كمؤثرات عشوائية، تم استخدام نموذج مختلط من أجل تجنب اختراق افتراضية انحدار المربعات الصغرى بالأخذ بعين الاعتبار استقلال الملاحظات. و تم تجميع البيانات باستخدام متغير جودة التصميم الذي تم توفيره باستطلاع ارأى الاجتماعي الأوروبي من أجل حساب نماذج الخاطئة. و يتم ضمان ٢L لكل نموذج حتى يتمكن من اختار المربع سواء تضيف للنموذج كل كتلة للمتغيرات.

و أخيراً، يمكن أن يكون الانتباه إلى التركيز على قيم منتجات الأفراد للمدى البعيد لموجهة لبيانات بيئتهم المتبادلة أقل تعقداً من الحالات التي يبحثون فيها الباحثون عن تأثير التغطية الاخبارية على المواقف. و لكن يعتبر الهدف الافتراضي في هذا المدخل أن استخدام الاعلام للأبناء الفردية يعتبر إلى حد ما مستقر على مر الوقت، أحد الأسئلة التي لم تتابن أن كان قد تم بحثها في البحث المعاصر. و تشير صياغة الاسباب التي تركز على «متوسط اليوم الأسبوعي» إلى الاستقرار بمصطلح قريب و لكن يتم الاحتياج إلى البحث بشأن الأنماط الأطول في استخدام الاعلام الفردي.

## النتائج

تعتبر النتائج لكل من تناقض الانفتاح للتغيير مع بعد قيمة المحافظة (OTC-Cons) و تناقض التفوق الذاتي مع بعد قيمة التعزيز الذاتي (ST-SE) إلى حد ما متشابهة. و وفقاً للإحصائية المبدئية R-٢، بينما يوضح نموذج OTC-Cons أكثر من تنوع المستوى الفردي (٢٨, ٠٪) من نموذج SE-ST (١٧, ٨٪)، فيعتبر مواجهة التلفزيون بالنطاق الترفيهي إحدى الأهداف المتنوعة المتوقعة في كليهما. و يرتبط التعرض المتزايد بالتلفاز بالنطاق الترفيهي يكون أقرب إلى نهاية المحافظة لمستوى OTC-Cons كما إلى نهاية التعزيز الذاتي لمستوى ST-SE، و يتم تدعيم كل أجزاء التي أقرب إلى

## نهاية المحافظة لمستوى OTC-Cons .

يعتبر استخدام الانترنت المتغير الاعلامى الوحيد ذى أهمية و مغزى بالنموذجين. فلدیه علاقة سلبية مع مستوى قيمة OTC-Cons و علاقة ما ايجابية صغيرة مع مستوى ST-SE ، و لكن ومن ثم يتم تدعيم وجهات النظر الثالثة و الرابعة، بالرغم من أن علاقة وجهة النظر الرابعة تبدو إلى حد ما صغيرة.

و تتناول وجهة النظر الثانية العلاقة بين الاعلام بمجالاته العامة التقليدية، و القيم، و فى هذا الصدد تبدو والتعرض للصحف أن يرتبط بقيم الانفتاح للتغيير ( مثال: علاقى سلبية مع قيم OTC-Cons الراسخة). و لكنه ذو أهمية بنموذج ST-SE. و قد كان لدى الشئون العمة لتلفاز أيضا أهمية، و لكن بعلاقة غير مستدامة مع قي المحافظة، و لا ترتبط بقيم ST-SE . و تم ارتباط استخدام الاذاعة لشئون العامة بمستويات أعلى لتفوق الذاتى. و من ثم هناك فقط تدعيم ليس مستدام ل أجزاء OTC-Cons لوجهة النظر الثانية.

و على وجه العموم، قامت مقاييسنا الضعيفة لاستخدام الاعلام بالحساب لحوالى ٨,٥٪ إضافيا (٠, ٢٨٪ - ٢, ٢٢٪) لتنوع بالجانب الأخر لنموذج OTC-C و التراكيب السكانية و ٥, ٣٪ إضافيا (٢, ١٥٪ - ٧, ١١٪) لتنوع بنموذج ST-SE. و لكن من الواضح ان يتم ربط العرض الاعلامى على وجه الخصوص التلفاز بالنطاق الترفيهى و استخدام الانترنت بجوهر القيم الفردية. و يتم إنشاء النماذج (الغير ظاهرة) بمؤثرات عشوائية بمستوى الدولة وتوضح المؤثرات الثابتة و المحددة لاستخدام الاعلام ٠, ١٨٪ من OTC-Cons قيم، و ١, ٨٪ من ST-SE اختلافات بمستوى الدولة.

## المناقشة و الخاتمة

تعرض البيانات علاقة صغيرة و لكنها ممتعة بين الترفيه التلفزيونى و استخدام الانترنت و قيم الانسان. و من أجل نطاق الترفيه الخاص بالتلفزيون، تمد العلاقة الايجابية المذكورة بين كلمن القيم المحافظة و التعزيز الذاتى لتوجيه العميل نحو برامج التلفزيون.

و على وجه الخصوص، تعرض البيانات أن يمكن أن يقوم الترفيه التلفزيونى بتعزيز هيكل القوة المتواجدة ( قيم المحافظة)، بينما أيضا يتم عرض أن يجب على الأفراد أن يفكروا فى أنفسهم بمثابة مستهلكين بحيث يجب أن يكون هدفهم الأساسى الحصول على النجاح الشخصى و الاجتماعى بحيث يتم تعريفهم من المعايير الاجتماعية المتواجدة ( اتعزير الذاتى). و تقدم رغبة التغيير و قبولها من خلال الانفتاح للتغيير و يكون ادراك مكان ما لشخص بالمجتمع بشكل عكسى أقل تقريبا للأفراد الذين يشاهدون النطاق الترفيهى بالتلفزيون. و لبعض الأشخاص، يمكن ألا تظهر هذه العلاقة فى شكل مشكلة، و لكن يمكن أن نظروا هؤلاء الشاغلين بالاستقرار البيئى و الاجتماعى للأحوال الحالية للإنتاج و الاستهلاك الذى يتضمن الحكومات التى يتم دمجها من أوروبا إلى نتائج الدراسة مع بعض الاهتمام.

و تعتبر علاقة بين استخدام الانترنت و القيم ممتعة أيضا فكان يرتبط العرض التلفزيونى بقيم المحافظة و التعزيز الذاتى . و على النقيض كان يرتبط استخدام الانترنت بل من قيم الانفتاح للتغيير « الليبرالية» و فى نفس ذات الوقت بقيم التعزيز الذاتى « المحافظة». و من خلال منح الفرص المتاحة على الانترنت، يكون هذا له معنى إلى حد ما ( و يلائم أوجه النظر). و لكن يمكن أن يتم قولها أيضا.

و يظهر العرض إلى أفكار متنوعة عى الانترنت لملائمة قيم الانفتاح للتغيير و لكن

يمكن أن يعكس النوع الفعلي المعروض فرص فردية لتحفيزات مناسبة للتعزيز الذاتى بدلا من توجيه المجتمع للفرص التى يمكن أن تقترح التعزيز التفرقى. و يكمن أن تكون النتائج الحالية غير مشجعة. و يمكن أن تكون المناقشات الاضافية عن ما أنواع القيم التى تكون أكثر انسجاما مع العالم المقدم على الانترنت مضمونة. و من المهم أيضا أن تلك التى تتوقع أن الانترنت يعزز جودة الحياة العامة، فمثلا الاجة لادراك أن هذه النتائج بعيدة من النتائج الأتوماتيكية.

و كانت الثلاثة مقاييس لاستخدام الاعلام بمجالاته العامة- اتلفزيون، و الصحف، و الراديو إلى حد ما مختلطة بالعلاقة بين القيم. يظهر استخدام الحف عى أنه مرتبط أكثر بالانفتاح إلى التغيير، و لكن قد كان لدى استخدام التلفزيون بمجالاته العامة علاقة صغيرة و لكنها عكسية. بالرفغم من أن كان استخدم الاذاعة بمجالاتها العامة ترتبط ب العلاقة البالغة مع قيم التعزيز الذاتى و التعزيز التفرقى فمن المحتمل أن يمكن لمقاييس الأقوى لاستخدام الاعلام أن تنشئ هذه العالالات بشكل أكثر وضوحا. و على نطاق أوسع، بالنسبة لمجالالات الاتصالات، يبدو أن القيمة المتجهة نحو البحث لم تعد الرؤية الأساسية لهؤلاء المهتمين بمجال الاعلان. و بينما قد استخدم البحث بمجال الاعلان قيمة المستهلك لتنبؤ بالعرض لأنماط مختلفة من الاعلام، قد سلط البحث المحدود الذى يقوم به باحثين بمجال التواص الغير الاعلامى الضوء على اماكنية النظر إلى القيم كأنها كل من وسيطية ورئسية فى التنبؤ بالارتباط المدنى. و قد أيضا قامت القيم بتوفير إطار ما لتصور أولويات مختلفة يتم استغلالها. و بناء على حدود التحليل الثانى، يبدو عدد من المناطق واعد للبحث المستقبلا. و على وجه الخصوص، توجد فرصة ما لاطلاق الدول الفردي أو إلقاء نظرة مقارنة إلى المعنى المحتمل للاختلافات فى القيم و العرض الاعلامى عبر الدول.

و أيضا توجد البيانات بداخل ESS من أجل النظر إلى الاضافات الحديثة للاتحاد

الأوروبي، كما لدول المجاورة مثل اسرائيل. و يمكن لتلك الدول أن تكن خصيصا شيقة لأن سوف لن يكون الجيل الأكبر في تلك الدول خصوصا الأمم ما بعد مرحلة الشيوعية نمت مع التلفزيون التجارى. ومن ثم، يمكن أن يكون محتملا النظر إلى التأثيرات العامة الممتعة و الشيقة لاستخدام الاعلام. و فى هذا الشأن، بناء على الفترة الطويلة التى خلالها تم الايمان بتطوير القيم، يمكن أن تثبت عمليا لاستخدام التجارب أو لوحة البيانات للحصول على اترتيب السببى للعلاقات الى تمت مناقشتها بالأعلى. و على الرغم من أن يمكن لتصميمات البحث التى تنظر إلى مجموعة من الأفراد أن تثبت إلقاء الضوء، يبدو الاطار الزمنى الذى يكمن فى تطوير القيم أنه يضع مكافأة لاستخدام نظرية و مناقشة أصل القيم كما أنه يرتبط بالبيئة الاعلامية. حيث أن بالكثير من أبحاث التواصل، وحيث يقوم تطوير شامل و ادراك حتى يومنا هذا لاستخدام محتوى ما بالاعلام يتم الحاجة إليه حاليا يدعم العمل المستقبلى.



## استخدام الاعلام الاجتماعى و قيم العمل مثل الفيس بوك بتايوان.

نبذة عن الفصل

هنا دليل ساطع لتأثير استخدام الاعلام الاجتماعى، و خصوصا الفيس بوك، على السلوك و الموقف.

و على هذا الأساس، قمنا بالبحث فى العلاقة بين سلوك العاملين المستخدمين للفيس بوك و قيم أعمالهم و العلاقة بين المرجعية الشخصية لمستخدم الاعلام الاجتماعى على الانترنت، خاصة الفيس بوك، و سلوك استخدامهم للفيس بوك.

### محتوى الفصل

- « المقدمة
- « أهداف البحث
- « النقد الأدبى
- « قيم العمل
- « الأسلوب
- « النتائج

### المقدمة

وفقا لأبوابها الرسمية الصادرة فى عام ٢٠١٠  
([www.facebook.com/press/info.php?timeline](http://www.facebook.com/press/info.php?timeline)) أ زادت عضوية  
الفيس بوك العالمية من ٣٥٠ مليون إىلا ٥٠٠ مليون فى سبعة أشهر. فيعرض هذا  
النموذج أكثر من ٧٪ من زيادة السكان بالعالم بأكمله مع قاعدة مستخدم تتضاعف  
بنفس كبر حجدهم أكبر و كئالئ أشهر دولة سكانية بالعالم. و فى يونيه علم ٢٠٠٨، أطلق

الفييس بوك نسخة باللغة الصينية الشمالية لموقعه. و لكن لم يحظى الفييس بوك التيوانى فى بادىء الأمر بالنجاح، فجعل نجاح لعبة « المزرعة السعيدة» موقع الفييس بوك التيوان واحد من أشهر مواقع الاعلام الاجتماعى ( لى، ٢٠٠٩)، ومن ثم توه بتهديد أشهر مواقع الاعلام الاجتماعى التايوانى مثل ياهو تايوان ، (SU) Pixnet.net (٢٠١٠). يستخدم عدد كبير من الناس الفييس بوك فى تيوان للتواصل الاجتماعى و للعب « المزرعة السعيدة» خلال وقت أعمالهم (لى، ٢٠٠٩). و بسبب هذا، لا تسمح العديد من الشركات لموظفيها باستخدام الفييس بوك بالعمل. قد يوجد هناك أمثلة على عاملين يخسرون وظائفهم لدخولهم على الفييس بوك خلال ساعات العمل (« لا للفييس بوك» ، ٢٠٠٩). فى تايوان، قد انشأت العادات الاجتماعية بالعمل و سلوك استخدام الفييس بوك شيئين للموقع بحيث من المفترض ألا يدخل الموظفون على الفييس بوك بالعمل و لكن لديهم رغبة عارمة لدخول عليه.

## أهداف البحث

هناك دليل ساطع لتأثير استخدام الاعلام الاجتماعى و خاصة الفييس بوك على الموقف و السلوك. و على هذا الأساس، قمنا بالبحث فى العلاقة بين سلوك العاملين المستخدمين الفييس بوك و قيم أعمالهم و العلاقة بين الخلفية الشخصية لمستخدم الاعلام الاجتماعى على الانترنت، خاصة الفييس بوك، و سلوك استخدامهم للفييس بوك.

## النقد الأدبى

السلوك المستخدم فى الاعلام الاجتماعى يشير السلوك المستخدم إلى السلوك الذى نشأ باستخدام البضائع أو استهلاك الخدمات. و فى السياق الحالى، تشير إلى استخدام الاعلام الاجتماعى الذى قد يصبح

جزء مقبول بحياتنا. فيعتبر الاعلام الاجتماعى أدوات للتواصل بحيث يتمركز على مفهوم شبكة ٢, ٠ و يسمح للابداع و استبدال المستخدم للمحتوى المتواجد. و بسبب الطبيعة الجوهرية للانسان، لا يكونوا المستخدمين بحاجة إلى توضيح لسلوك ما واحد أو بسيط.

و لهذا، يعتبر إدراك أنماط سلوك سمات الفرد المستخدم فى الاعلام الاجتماعى ذى أهمية هائلة.

### موقع الشبكات الاجتماعية: الفيس بوك

تم تأسيس الفيس بوك فى عام ٢٠٠٤ كدليل طلابى على الانترنت حصرى محدود لطلاب جامعة هارفارد. و لاحقا امتد الفيس بوك لكافة الجامعات بالولايات المتحدة. و فى عام ٢٠٠٦ قد تم جعل الفيس بوك متاح للاستخدام العام و منذ ذلك قد شهد نمو سريع جدا فى العضوية بالعالم كله. و تتضمن خصائص الفيس بوك : حائط الجرافتى، التسوق، و اللكز، و الحالة (تحديث الحالة)، و آخر الأخبار، و الإشعارات. و تمكن هذه الاتصالات من التفاعل بين الأصدقاء. و بالإضافة إلى أن يوجد العديد من برامج تطبيقات الأخرى ما بينها تعتبر الألعاب أكثر شهرة و يتم استخدامها بشكل دائم. و كما تم ذكره، أن قد أدى تقديم لعبة « المزرعة السعيدة» إلى نمو هائل فى عدد مستخدمى الفيس بوك بتايوان. فقد شجعت شهرة :« المزرعة السعيدة» عدد ما كبير من ركاز البرمجة لتطوير الألعاب الجديدة فى محاولة لجذب مستخدمى الفيس بوك من أجل استغراق وقت كثيرة على الانترنت و برغم من أنه عبارة عن خلق أصدقاء و أنشطة ألعاب، يمكن لاستخدام الفيس بوك المفرط أن ينتج بعدد من المشاكل الاجتماعى التى تؤثر على الراحة، والعلاقات، و العمل. و بمحاولة لتناول هذه المشاكل قامت حكومة تايوان بمنع العاملين المدينين بالدخول على الانترنت أثناء وجودهم بالعمل. ( منعت تايوان العمال المدينين من اللعب، ٢٠٠٩).

## قيم العمل

تعتبر قيم العمل مستقرة، و جوهرية، و راسخة نفسيا. ووفقا لنورد، و بريف، و عطية، و دوهرتى (١٩٨٨) تعتبر قيم العمل ما يسعى الأفراد لتحقيقه خلال عملهم. فمن خلال مشاركتهم فى مهام أعمالهم، سوف يشعرون الأفراد برضا للازدهار المادى، الإيثار، و الاحساس بالانجاز، و الاحساس بالمسؤولية، و من ثم تعزيز قيم عملهم (برون، ٢٠٠٢). و يتم تأسيس قيم عمل الأفراد على الأولوية، و خصائص العمل، و الأهداف الى يضعها بأنفسهم، و يجعلهم ادراك تلك الأهداف أخيرا يشعرون بالرضا للوضع الاجتماعى.

و يمكن لقيم العمل أن تنقسم إلى قيم جوهرية، و خارجية، و اجتماعية، و قوة (تشوارتز، ١٩٩٩). تشمل القيم الجوهرية على النمو الشخصى، و الحكم الذاتى، و الاهتمام، و الابتكار. و تحتوى القيم الخارجى على الدفع و الأمن و تتكون القيم الاجتماعية من التواصل مع الأشخاص و المساهمة بالمجتمع و قيم القوة على المظهر الاجتماعى، السلطة، و التأثير و قام وانغ (٢٠٠٢) بتعريف قيم العمل التايونى كنوعين: غرض لعمل، و غرض النقد الذاتى. يشمل غرض العمل على المكافآت الداخلية، و المكافآت الخارجية، و الاهتمام العائلة، و السلا، و الاهتمام الجماعية، و يحتوى غرض التقييم الذاتى على الأحكم الذاتية للفرد على تلك الصفات مثل أن يكون طيب، و ودود، و تقليدى، و محافظ، و مواكب للعصر، و هكذا.

## الأسلوب

و تم احتواء الاستبيان المستخدم فى هذه الدراسة على ثلاثة أجزاء: ٩ أسئلة عن الخلفية الشخصية، و ٢٤ سؤال عن سلوك استخدام الفيس بوك، و ١٥ سؤال عن قيم العمل. و تم جم البيانات فى يناير عام ٢٠١٠ بمدينة تاينان، واحد من أكبر المدن بجنوب تايوان. و تم تحصل الاستبيان بشكل عشائى للمكتب الموظفين مرور بالمدخل الرئيسى لمبنى

المكتب الكبير ٢٧ بكل الستة مناطق الادارية لمدينة تاينان. و تم ترسيخ حالة الموظفين و استخدام الفيس بوك للمستجيبين المحتملين و تم تأكيد مشاركتهم. و من ٤٠٠ استبيان تم توزيعه، كان ١٣ استبيان ليسوا بحالة مستقرة، و من ثم ٣٨٧ استبيان تم استخدامهم في التحليل البيانات النهائية.

و من بين ٣٨٧ مشترك، كان ٥٤٪ من المستجيبين إناث، و ٥٨,٧٪ ما بين سن ٢٣ إلى ٣٠ سنة، و ٨٢,٤٪ غير متزوجات، و ٨٣,٧٪ يعملون بشركات اقتصاد خاصة. و كان قد من ضمن المشاركين، ٥٧,٥٪ قاموا باستخدام الفيس بوك على الأقل لمدة ٦ أشهر، و ٧٨,٦٪ قاموا باستخدامه- بالبيت، و ٥٩,٩٪ قاموا باستخدامه لأقل من ساعتين يوميا و يشعرون أن هذا سوف لن يتغير بالمستقبل. و استخدمت أكبر مجموعة من المستجيبين (٨٥٪) الفيس بوك عندما كانوا شعرون بلل مع أكثر الوظائف التي تستخدم بشكل دائم، الألعاب (٦٠,٢٪ مستخدم).

## النتائج

### تحليل العنصر التوضيحي و اختبارات مستوى المصادقية

قمنا باستخدام تحليل العنصر التوضيحي من أجل تحديد أسس البحثين لسلوك استخدام الاعلام الاجتماعي (٢٤ بند) و قيم العمل (١٥ بند) و يتم جمع كل البنود مع بعضهم البعض و يتم تحليل العنصر. يتم الحصول على خمسة أبعاد هيكلية (عنصر سائد) لسلوك استخدام الاعلام الاجتماعي و تقوم تتبعاتهم توضيح التنوع حوالى ٥٩,٠٧٪. فالخمس عناصر هم: خبرة المشاركة، و مستوى الإدمان، و تخفيف التوتر العاطفي، و ادور السلبي، و الاستفادة الايجابية. و تراوحت كل من قيم كرونباخ من ٦٨٩ إلى ٨١٢. و بالنسبة لقيم العمل، تم استخراج بعدين للحل و وضحت تتابعاته التنوع حول ٥٧,٠٤٪. و كان التطور الذاتى و الموقف الايجابى المصطلحات التي

تم منحها للبعدن الذى تم استخراجهم، تراوحت قيم كرونباخ من ٨٣١ إلى ٨٦٠.

### سلوك استخدام الفيس بوك و الخلفية الشخصية

ليس لدى النوع اجنسى ارتباط مهم بسلوك استخدام الفيس بوك. فكان لدى الأشخاص الذى يتراوح أعمارهم ما بين سن ٢٣ و سن ٣٠ خبرة مشاركة أكبر بشكل بالغ بمقارنة بالمجموعات الأكبر سنا. و لدى هؤلاء الأشخاص الذى يقل عمرهم عن ٢٢ عاما مستويات من الإدمان أكبر بشكل بالغ و يحصلون على فوائد ايجابية أكبر بمقارنة بالمجموعات الأكبر سنا. و كان لدى العاملين المتزوجين و لديهم أطفال دور سلبي أكثر بشكل بالغ مقارنة بالغير متزوجين و المتزوجين و ليس لديهم أطفال. و وفقا لتواصل الوقت مع الفيس بوك، كان مستوى الإدمان أكبر للمشاركين الذين قد كانوا استخدموا الفيس بوك لأقل من ستة أشهر. و بالنسبة لمكان الاستخدام، يكون مستوى الإدمان أكبر لدى العاملين الذين يستخدمونه بمكتب العمل مقارنة هؤلاء الذين يستخدمونه بالمنزل. و كشفت نتائج مدة استخدام الفيس بوك أن كانت خبرة المشاركة أكبر لدى العاملين الذين يستخدمون الفيس بوك ما بين ساعتين إلى أربع ساعات و بين أربع ساعات إلى ست ساعات يوميا مقارنة هؤلاء الذين يستخدمونه لأقل من ساعتين. و كان مستوى الإدمان أكبر لدى العاملين الذين يستخدمون الفيس بوك ما بين أربع إلى ست ساعات مقارنة هؤلاء الذين يستخدمونه لأقل من أربع ساعات. و كان تخفيف التوتر العاطفى أكبر لدى العاملين الذين يستخدمون الفيس بوك لأكثر من ساعتين من العاملين الذين يستخدمونه لأقل من ساعتين. و كان الدور السلبي أكبر لدى العاملين الذى يستخدمون الفيس بوك لست ساعات أو أكثر مقارنة هؤلاء الذين يستخدمونه لأقل من ست ساعات و كانت الفوائد الايجابية أكبر بشكل بلغ للعاملين الذين يستخدمون الفيس بوك ما بين الأربع و ست ساعات مقارنة هؤلاء الذين يستخدمونه لأقل من الأربع ساعات.

## سلوك استخدام الفيس بوك و قيم العمل

تشير النتائج إلى أن كان سلوك استخدام الفيس بوك و قيم عمل الموظفين بالمكاتب بشكل جزئي مرتبطا. و من بين الأبعاد الخمسة لسلوك استخدام الفيس بوك، كان قد لدى مشاركة الخبرة فقط الارتباط الايجابي مع أبعاد قيم العمل التي تعتبر التطور الذاتي، و الموقف الايجابي. و بالاضافية إلى أن تم التوصل إلى أن كان تخفيف التوتر العاطفي و الاستفادة الايجابية بشكل مهم مرتبطا ببعده التطور الذاتي. ولم يرتبط مستوى الإدمان و الدولار السلبي مع أى أبعاد لقيم العمل.

## المناقشة

في الدراسة الحالية، قمنا ببحث جمعيات لسلوك استخدام الاعلام الاجتماعي مع المرجعية الشخصية للمستخدم و قيم العمل. و تشير النتائج إلى أن لدى الموظفين بصفات سكانية مختلفة أنماط من سلوك استخدام الفيس بوك و ترتبط سلوكيات استخدام الفيس بوك، إلى حد كبير، مع قيم العمل.

و بالرغم من أن تم تأسيس هذه الدراسة بمرجعية روبرت، فهناك حدود قليلة توفر طرق للبحث المستقبلي. و بما أن تم تأسيس الدراسة على بيانات من مدينة ما واحدة، فيمكن للبيانات التي تم جمعها من مناطق سكانية على نطاق أوسع أن توفر رؤية أكثر للظاهرة التي تم دراستها. و تم تركيز الدراسة الحالية على العلاقة بين استخدام الفيس بوك بمكتب الموظفين و قيم عملهم.

يمكن للباحثين المستقبليين بمجال استخدام الاعلام الاجتماعي أيضا أن يقوموا ببحث العلاقة بين استخدام الفيس بوك و المتغيرات الأخرى مثل العلامات الشخصية الداخلية، و الادوات الاجتماعية، و الارتباط بالمتطلبات اللازمة، و القيم، و اهتمامات الأفراد. و يمكن للبحث عن الاعلام الاجتماعي أيضا أن يقوم بتوفير ادراك و استيعاب أفضل لاستخدام مؤثرات استخدام الاعلام الاجتماعي على مجموعة من المتغيرات المرتبطة

بالعمل.

إذا كانت الاختلافات تم إيجادها لكي تتواجد، يمكن للمقارنة بين النتائج أن توفر الاحتمالات لمقدمة للمؤثرات المعتدلة، و بأن الالدراسة الحالية تركز على استبيان ما ، فتوفر استيعاب و ادراك فوري للموضوع، و لكن لا يمكن أن يتم توضيح الأليات الكامنة للعلاقات التي تم دراستها. يمكن لتحليل نوعي للموضوع أن يوفر رؤية أعمق عن كيف يؤثر استخدام الاعلام الاجتماعي على قيم العمل و المتغيرات الأخرى المرتبطة بالعمل.

